

جامعة أبو بكر بلقايد - تلمسان - الجزائر
كلية الحقوق والعلوم السياسية



المسؤولية الجزائية في جرائم العلامات التجارية
أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في القانون الخاص

إشراف الأستاذ الدكتور:
بوعزة ديدن

إعداد الطالبة:
آمنة صامت

لجنة المناقشة

- | | | | |
|----------------|-------------------|----------------------|------------------------|
| رئيساً | جامعة تلمسان | أستاذ التعليم العالي | - أ.د تشوار جيلالي |
| مشرفاً ومقرراً | جامعة تلمسان | أستاذ التعليم العالي | - أ.د بوعزة ديدن |
| مناقشاً | جامعة سيدي بلعباس | أستاذ التعليم العالي | - أ.د همسات عبد الوهاب |
| مناقشاً | جامعة سيدي بلعباس | أستاذ التعليم العالي | - أ.د فيلاي بومدين |

السنة الجامعية 2017 / 2018

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

"لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا لَهَا مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا مَا
اَكْتَسَبَتْ رَبَّنَا لَا تُؤَاخِذْنَا إِنْ نَسِينَا أَوْ أَخْطَأْنَا رَبَّنَا وَلَا تَحْمِلْ
عَلَيْنَا إِصْرًا كَمَا حَمَلْتَهُ عَلَى الَّذِينَ مِنْ قَبْلِنَا رَبَّنَا وَلَا تُحَمِّلْنَا مَا
لَا طَاقَةَ لَنَا بِهِ وَاعْفُ عَنَّا وَارْحَمْنَا أَنْتَ مَوْلَانَا فَانصُرْنَا
عَلَى الْقَوْمِ الْكَافِرِينَ "

شكر وعرافان

اعترافا بالفضل والجميل أتوجه بخالص الشكر وعميق التقدير والامتنان إلى :

أستاذي الفاضل الدكتور بوعزة ديدن : الذي نلت شرف قبوله الإشراف على رسالتي وتوجيهاته السديدة وملاحظاته القيمة ، فقد كان مخلصاً ووفياً في إشرافه ، وسام شرف تتقلده الأرواح السامية ، وكان خير معين لي بعد الله عزوجل على إتمام هذه الرسالة . لقد بذر بذورا لا تحتويها حدائق الدنيا فبذرتة في الأرض وفروعها في السماء مقبولة ثمرة يانعة بإذن الله ، وما يوفي حقه إلا الله سبحانه وتعالى ذكر أمثاله فقال فيهم : " ليجزئهم الله أحسن ما عملوا ويزيدهم من فضله " .

الأستاذ الدكتور تشوار جيلالي : الذي شرفني بقبوله المشاركة في لجنة الحكم على الرسالة، فأضفى عليها سيادته قيمة لامثيل لها لما له من علو مقام وغزير علم ، فكان نورا يسطع وشعاعا يلمع ، تقود به دفة مسيرة العلم النبيلة وتسبع عليها الحكمة والخبرة الأصيلة تدفعها للجد والأخلاق الفضيلة فهنيئا لك على آثارك الجليلة ، فله مني كل الشكر والعرافان .

الأستاذ الدكتور بموسات عبد الوهاب : الذي نلت شرف مشاركته في لجنة الحكم على الرسالة، وإنه لفخر كبير لي أن يشارك في تقييم عملي المتواضع رمز من رموز العطاء العلمي اللامحدود، فكان نبراسا في عمله بمثاليته وإخلاصه ، فله مني جزيل الشكر والتقدير .

الأستاذ الدكتور فيلالي بومدين : الذي زادنا حضوره في لجنة المناقشة شرفا وثراء ، حاملا على عاتقه رسالة سامية ونبيلة فأخلص النية في التعليم ونور عقولا وربى أجيالا، فصار كما التاج يبرق من كل جانب فيلفت بريقه الأنظار، سدد الله خطاه ووقفه إلى دروب الحق .

كما أدعو الله عز وجل أن يصل أجر هذا العلم إلى أستاذي المشرف الدكتور بوعزة ديدن وكل الأساتذة الأفاضل أعضاء لجنة المناقشة .

إهداء

أدعو الله عز وجل أن يصل أجر هذا العلم النافع إلى النبي المصطفى عليه أفضل الصلاة والسلام

وإلى أهل بيته وأصحابه رضوان الله عليهم

وإلى من قال الله تعالى فيهما

" رب ارحمهما كما ربياني صغيرا "

إلى والدي العزيزة رحمها الله وأسكنها جنة الفردوس

إلى والدي العزيز بارك الله فيه وأطال في عمره

إلى إخوتي محمد الأمين ، ولاء ، أحمد يوسف

إلى زوجي عبد الله وكل أفراد عائلته الكريمة

إلى فلذة كبدي محمد إياد

إلى جدتي وخالتي نسيمة وكل خالاتي وأخوالي

إلى ابنة عمي دليلة وأولادها وكل عماتي وأعمامي

حفظهم الله لي خير سند

إلى المسلمين جميعا

باللغة العربية :

ج.ر	: جريدة رسمية
ص	: صفحة
ط	: الطبعة
ق.ع	: قانون العقوبات
د.ج	: دينار جزائري
س	: السنة

Principales abreviations

En langue Française :

A.l. (s)	: Alinéa (s)
Ann.propr.ind.	: Annales de la propriété industrielle
Art.(s)	: Article (s)
Bull.	: Bulletin
CA	: Cour d'appel
C. fr. Propr. Intell	: Code français de la propriété intellectuelle
Com.	: Chambre commerciale de la cour de cassation Française
Comp.	: Comparer
D.	: Recueil Dalloz
D. affaires.	: Dalloz affaires
éd.	: édition
Gaz. Pal.	: Gazette du Palais
I.N.P.I.	: Institut National de la propriété Industrielle
J.C.P.	: Jurisclasseur périodique, édition générale
J.C.P. éd. E.	: Jurisclasseur périodique, édition entreprise
J.O.R.F.	: Journal officiel de la république Française
L.	: Législation- Dalloz
Litec.	: Librairie Technique
Mod.	: modifié
n° (s)	: numéro (s)
obs.	: observations
O.C. D.	: L'organisation de coopération et de Développement économiques

O.M. P.I.:	Organisation Mondiale de la propriété Intellectuelle
Op. cit	Option citée
P. (pp)	Pages (s)
PIBD.:	Propriété industrielle- Bulletin de documentation
Propr. ind.:	Propriété industrielle
Propr. intell.....:	Propriété intellectuelle
Préc.:	précité (e) (s) (es)
RD. Propr. intell..:	Revue du droit de la propriété intellectuelle
R.S.C	Revue de science criminelle
RID.pen	Revue internationale de droit pénal
R.T.D.com.:	Revue trimestrielle de droit commercial
R.I.P.I.:	Revue internationale de la propriété Industrielle
s.:	suite , suivant (e) (s) (es)
som.:	sommaire
spéc.:	spécialement
T.:	Tome
V.:	Voir

مقدمة

يشكل الغش التجاري اعتداء صارخا على المقومات الاقتصادية للدولة ، وملاذا آمنا للمحتالين وأرضا خصبة للمخادعين والغشاشين . حيث يعد ظاهرة عالمية تشكل خطرا حقيقيا على كافة الدول والمجتمعات ، وآثارها تمتد إلى العديد من المجالات تبدأ بالمستهلك الذي يعد الضحية الأولى لتلك الظاهرة لكونه هو الذي يشتري السلع الحاملة للعلامات المغشوشة ويستعملها .

ومن أهم ضروب الغش التجاري تقليد العلامة التجارية ، فهذه الجريمة تمس بمصالح صاحب العلامة وذلك بإلحاق أضرار معتبرة له باعتبار أن العلامة هي وسيلته في المنافسة ودخول الأسواق ، كما تمس أيضا بمصالح المستهلك باعتبار أن العلامة وسيلته للتعرف على المنتجات والخدمات التي تشكل بالنسبة إليه رمزا للثقة والجودة ، لذلك فإن تقليد العلامات التجارية من شأنه الإضرار بمصالحه وأمنه .

لقد أصبحت العلامة التجارية تشكل ثروة هامة من الناحية التجارية ، حيث بلغت قيمة بعض العلامات التجارية العالمية المشهورة على الصعيد الدولي ملايين الدولارات ، وقد وضعت معظم دول العالم قوانين خاصة تحميها . وهذه الحماية لا تقتصر على إلزام المعتدي على العلامة التجارية المسجلة بدفع تعويضات مادية ، ذلك أن هذه الحماية المدنية لا تكفي وحدها لمنع الاعتداء على العلامة بل توسع المشرع في الحماية القانونية ليشمل عنصر العقاب على المعتدي وذلك من خلال دعوى جزائية يرفعها صاحب العلامة التجارية على المعتدي .

فالمشرع يحرص على الضرب بيد من حديد كل من تسول له نفسه اللعب بقوت الشعب ومقومات الدولة الاقتصادية ، لأن احترام الحقوق ضمانة أكيدة لحسن أداء الواجبات ولأن سيادة القانون في الدولة العصرية ركن أساسي في استتباب الأمن وتوطيد النظام العام فيها⁽¹⁾ .

وأمام ازدياد أهمية العلامة في المجال التجاري ، وارتفاع قيمتها ، ارتفعت حصيلة الاعتداءات عليها ومحاولات تقليدها وتزويرها ، واستعمالها على سلع وخدمات منافسة ، من أجل الوصول إلى ترويج سريع للسلع والخدمات المقلدة ، مما يؤثر سلبا على حقوق مالكي العلامات الأصلية ، من خلال إنقاص بل هدم الثقة في جودة ونوعية هذه العلامات ، ومن ثم نفور المستهلكين منها .

(1) عبد الوهاب عبد الرزاق التحافي ، حماية حقوق الملكية المعنوية ، مجلة الأمن والحياة ، العدد 220 ، السنة التاسعة عشرة ، رمضان 1421 هـ (نوفمبر/ديسمبر 2000 م) ، ص 39 .

وبعد انتهاء نظام اقتصاد السوق وفتح باب المنافسة بين مختلف المتعاملين الاقتصاديين فإن السوق الجزائري أصبح منفذا لمختلف المنتجات المقلدة ، خاصة تلك الحاملة لعلامات مشهورة مقلدة، فغرض تحقيق الربح السريع و نقص الوعي والخبرة أدى إلى تفشي ظاهرة التقليد مما ترتب عنه مخاطر سلبية وآثار تمس كل القطاعات⁽¹⁾.

ولأن العلامة التجارية تشكل قيمة مادية كبيرة للمؤسسة ، باعتبارها وسيلة للتعريف والإعلان بمنتجاتها ووسيلتها في المنافسة واكتساب حصص في السوق . أصبحت عرضة لشتى الانتهاكات خاصة العلامات التي اكتسبت شهرة عالمية قصد الاستفادة ماديا من شهرتها بدون وجه حق .

ففي الوقت الذي تقتصر فيه جهود المنظمات المتخصصة⁽²⁾ والجهات الحكومية على ملاحقة المخالفين من منتهكي العلامات التجارية على أرض الواقع ، تجهر ساحات الإنترنت بانتهاكات صارخة على العلامات التجارية دونما أدنى مسؤولية تجاه حقوق الغير . حيث احتلت جرائم العلامات التجارية عبر الإنترنت نسبة هامة من بين الجرائم الاقتصادية على مستوى كثير من الدول ، كما أن وسائل الغش في إطار معاملات التجارة الإلكترونية متعددة بكثرة لدرجة أنها لا يمكن عدها أو الإلمام بها كونها تتسم بذات الصفات التي تتسم بها التجارة الإلكترونية من كونها متجددة وتخضع للتطور المستمر ، لذلك يتوجب توعية المجتمع وتنقيفه بهذا النوع من الجرائم .

⁽¹⁾ عبد العالي بن إبراهيم العبد العالي ، دور وزارة التجارة والصناعة في حماية العلامات التجارية ، الإدارة العامة لمكافحة الغش التجاري ، مؤسسة الملك عبد العزيز ورجاله لرعاية الموهوبين جدة 1425هـ/ 2004 م ، لمزيد من التفصيل راجع يوم 10 / 04 / 2010 على موقع :

www.gifted.org.sa/if3/papers/dr_abdulaali.pp

⁽²⁾ OMPI 1996, Accord entre l'organisation mondiale de la propriété intellectuelle et l'organisation mondiale du commerce , le présent accord a été conclu à Genève le 22 décembre 1995 et entré en vigueur le 1^{er} janvier 1996.

V : <http://www.wipo.int/portal/fr/>

بالرغم من أنّ قانون العقوبات هو القانون العام في مجال التجريم والعقاب ، إلا أنه قد اتضح عدم كفايته لمواجهة هذا التنوع في صور وأشكال الاعتداء على الحق في العلامة ، وأمام حيرة أصحاب هذه الحقوق بشأن معرفة التكييف القانوني لتلك الأفعال الضارة بهم ، ومن ثم جهلهم بالوسائل القانونية التي تردع تلك الأفعال . تدخل المشرع بطرق أكثر منهجية ومنطقية تسمح بمواجهة كل حالات الغش والخداع ، أي بالعمل على ملاءمة التشريع العقابي للوسائل الجديدة للغش عن طريق سن القوانين الخاصة .

لا تقوم المسؤولية الجزائية في جرائم الاعتداء على العلامات التجارية إلا إذا توافرت في الفعل المكون للجريمة المرتكبة صفة عدم المشروعية ، تطبيقا لمبدأ شرعية الجرائم والعقوبات الذي يعني أنه لايجوز تجريم فعل لم ينص القانون الساري وقت وقوعه صراحة على تجريمه ، وأنه لا يجوز توقيع العقوبة على مرتكب الجريمة خلاف تلك المقررة قانونا لها . وقد نص على هذا المبدأ المشرع الجزائري في المادة 58 من دستور 2016 على أنه : " لا إدانة إلا بمقتضى قانون صادر قبل ارتكاب الفعل المجرم " ⁽¹⁾، وفي المادة الأولى من قانون العقوبات التي تنص على أنه : " لا جريمة ولا عقوبة أوتدبير أمن بغير قانون " .

تهدف دراسة موضوع " المسؤولية الجزائية في جرائم العلامات التجارية " إلى بيان موضع العلامة التجارية من المسؤولية الجزائية ، وتحديد الجرائم الواقعة على العلامات التجارية، كما توضح مدى تحقق المسؤولية الجزائية للأشخاص الطبيعية والمعنوية في جرائم العلامات التجارية والجزاءات الجنائية المناسبة لها، وذلك بالتعرض إلى التشريع الجزائري ونماذج من التشريعات المقارنة .

(1) قانون رقم 16-01 المؤرخ في 26 جمادى الأولى عام 1437 هـ الموافق لـ 6 مارس 2016 يتضمن التعديل الدستوري، ج.ر، الصادرة في 27 جمادى الأولى 1437 هـ الموافق لـ 7 مارس 2016 ، الجزائر، العدد 14، ص 13.

أهمية الموضوع :

وتبدو أهمية موضوع العلامات التجارية من خلال الوظائف التي تقوم بها في إطار المنافسة بين المشروعات المماثلة أو المشابهة، إذ تعتبر العلامة رمزا يميز مصدر السلعة أو الخدمات ، ووسيلة للإعلان عن السلع أو الخدمات .

إلا أن هذه العلامات لم تسلم من الاعتداءات الواقعة عليها ومحاولات تقليدها وتزويرها ، من أجل الوصول إلى ترويج سريع للسلع والخدمات المقلدة .

كما أن تزايد ظاهرة الاعتداء على العلامة التجارية في الآونة الأخيرة كان دافعا لتناول هذا الموضوع بالدراسة ، فقد كان محل انشغال واهتمام فقهاء القانون الجنائي ، ولعلّ خير دليل على ذلك كثرة المؤتمرات الدولية التي عقدت والاتفاقيات⁽¹⁾ التي أبرمت والتي كان للعلامات التجارية حيز كبير من نصوصها .

وتظهر أهمية موضوع البحث في صعوبة تحديد المسؤولية الجزائية لمرتكبي جرائم العلامات التجارية ، ومن هو المتهم الحقيقي في هذه الجرائم . هل هو الصانع أم مدير المصنع الفني أم التاجر، وهل هو تاجر الجملة أم الوسيط أم تاجر التجزئة أم الشخص المعنوي ، وهل الجريمة وقعت عمدا أم نتيجة إهمال .

وفي ضوء المنافسة الشرسة في سبيل تحقيق الربح السريع تبرز أهمية دراسة موضوع المسؤولية الجزائية في جرائم العلامات التجارية ، ومن أهم معايير قياس الحضارات عامة وجود حماية قانونية تتمتع بها العلامات التجارية ، وكلما اتسعت عباءة الحماية الجزائية تحققت المسؤولية الجزائية لمرتكبي هذه الجرائم ، وكان ذلك دليلا على تقدم الحضارة .

وكما أوضح بعض الفقه الأجنيبي⁽²⁾ أن قرصنة العلامات La piraterie des marques أصبحت تجارة مزدهرة ، واتخذ التقليد شكلا صناعيا منظّما على المستوى المحلي والدولي ، مما أدى إلى عدم قدرة الوسائل القانونية الموجودة على التصدي لها .

(1) يونس عرب ، موسوعة القانون و تقنية المعلومات ، قانون الكمبيوتر ، الكتاب الأول ، الطبعة الأولى ، منشورات اتحاد المصارف العربية ، بيروت ، 2001 ، ص 298 .

Mohammed El Said , " The Road from TRIPS-Minus to TRIPS to TRIPS-Plus : Implications of IPRS for the Arab world " , Journal of world intellectual property 8, no.1 (2005), p.65 . Peter Drahos, " Developing countries and international intellectual property standard-setting " , Journal of world intellectual property 5, no.5 (2002), p.765 .

(2) Albert Chavanne, et Jean-Jacques Burst, Droit de la propriété industrielle , 5^e éd , Dalloz Delta, paris, 1998, p. 680 .

وأمام تفاقم ظاهرة الانتهاكات التي تطال العلامات المتداولة على السلع أو الخدمات ، جرمت التشريعات الوضعية أفعال تقليد العلامة التجارية ، وقررت لها جزاءات صريحة وواضحة . إلى جانب تكثيف جهود الجهات الحكومية لملاحقة المخالفين من منتهكي العلامات التجارية⁽¹⁾، في هذا الصدد تضمن قانون العقوبات جزاءات توقع على كل شخص يستغل المستهلك بصفة غير شرعية عن طريق الغش أو التحايل أو المنافسة غير المشروعة ، إلا أن قواعد قانون العقوبات لم تكن كافية لتوفير الحماية اللازمة للعلامة التجارية مما دفع المشرع الجزائري للتدخل لسن الأمر رقم 03 - 06 المتعلق بالعلامات التجارية ، نظم به أحكاما خاصة بالعلامة التجارية .

ونظرا للعدد الهائل من القضايا التي تطرح يوميا على القضاء المتضمن لهذه الجرائم ، تحظى قوانين العلامات التجارية بأهمية خاصة سواء في نظر الفقه أم القضاء .

وإسباغ الحماية النظامية على العلامات التجارية وقيام المسؤولية الجزائية للمعتدي عليها، تخدم مصلحة التاجر في ظل النظام الرأسمالي الذي يقوم على المنافسة ، إذ تعتبر أداة لحماية مستوى النجاح الذي حققه التاجر الذي قد يصل إلى الانفراد بإنتاج سلعة تتوافر فيها خصائص معينة ؛ كما لا يمكن إنكار المصلحة التي يكفلها وضع العلامة التجارية بالنسبة للمستهلك ، حيث تضمن له مستوى معيناً من جودة السلعة أو الخدمة ، وكذلك تيسر له التعرف على السلعة أو الخدمة التي يحتاج إليها وتبعده عن التضليل والخداع⁽²⁾.

(1) ظهرت شراكة الجمارك مع القطاع الخاص بصورة أكبر عندما ضاعفت الجمارك جهودها في مكافحة الغش التجاري والتقليد وحماية الملكية الفكرية . لمزيد من التفصيل راجع : عبد الله الخربوش ، في اليوم العالمي للجمارك مدير عام الجمارك السعودية لـ (الأمن والحياة) ، الشراكة بين الجمارك وقطاع الأعمال أصبحت واقعا ملموسا تم تعزيزه مع الزمن ، مجلة الأمن والحياة ، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، العدد 333 ، السنة التاسعة والعشرون ، صفر 1431هـ - فبراير 2010 م ، ص 53.

(2) فتيحة محمد قوراري ، الحماية الجنائية للمستهلك من الإعلانات المضللة -دراسة في القانون الإماراتي والمقارن - ، مجلة الحقوق ، جامعة الكويت ، العدد 3 ، السنة 33 ، شوال 1430 هـ - سبتمبر 2009 م ، ص 290 .

الصعوبات :

قد يظهر للوهلة الأولى أنّ موضوع " المسؤولية الجزائية في جرائم العلامات التجارية " سهل المنال ليسور الدراسة ، إلا أن المتعمق فيه وحده من يستطيع أن يدرك حساسيته وصعوبة الخوض فيه . وقد يواجه الباحث صعوبات كثيرة وهو يحاول اكتشاف المعرفة والتقيب عنها وفحصها وتحقيقتها وعرضها عرضا متكاملا ، سواء في مرحلة جمع المادة العلمية وهو يحاول تفسيرها وإبراز أهميتها وذلك بالاستفادة منها استفادة كاملة بغرض الإضافة إليها وتطويرها ، حيث يحاول جاهدا استخدام أحدث الطبقات المتعلقة بموضوعه . أو في مرحلة صياغة البحث حيث يقوم الباحث بتقدير المادة العلمية التي جمعها ليتمكن من الاختيار منها ، وهنا يجد نفسه في مواجهة كمية هائلة من المراجع ، ويدرك أنه من غير الممكن ومن غير المرغوب فيه إثبات كل ما جمع من المادة . وتختلف الصعوبات من موضوع لآخر حسب أهميته وأهدافه ، سنورد أهم الصعوبات التي واجهتنا في بحثنا هذا :

- عدم وجود مراجع متخصصة في موضوع " المسؤولية الجزائية في جرائم العلامات التجارية "، وإن كان فيه إشارة خفيفة في بعض المؤلفات العامة والدراسات المتفرقة .
- ارتباط الموضوع بموضوعات أخرى لا تقل في صعوبتها وغموضها عنه ، وتشنت الأحكام الخاصة بالعلامات التجارية في قوانين مختلفة ، حيث تم استخدام قوانين أخرى غير قانون الملكية الفكرية والملكية الصناعية كقانون قمع الغش والتدليس وحماية المستهلك ، وقانون العقوبات وقانون الجمارك ، والقانون التجاري والقانون المدني
- اختلاف التشريع الجزائري عن التشريعات المقارنة في العديد من الأمور، وهذا الاختلاف من أهم الأسباب التي أدت إلى تفرع موضوع الدراسة وتشعبه .
- صعوبة الحصول على الأحكام القضائية الجزائرية لأن معظمها غير منشور وإن وجدت فهي قليلة أو مشار إليها في المراجع ، ولا شك أنّ هذا أثر على خطة البحث المتبعة وكذا موضوع الرسالة .

إشكالية البحث :

لما كانت إشكالية البحث تلعب دورا رئيسيا في اختيار المنهج الذي سيتبعه الباحث ، فإن هذه الدراسة ليست مجرد شرح لنصوص قانونية ، ولا عرضا لبعض النظريات الفقهية ، إنما هي دراسة تحليلية تأصيلية ، حاول الباحث فيها معرفة مدى تحقق المسؤولية الجزائية في جرائم العلامات التجارية ، وذلك من خلال دراسة الأحكام الموضوعية لهذه الجرائم ، في محاولة البحث عن الحلول الأكثر واقعية من الناحية العملية لجرائم العلامات التجارية .

وقد اقتضى منا هذا البحث تسليط الضوء على بعض التشريعات المقارنة والاتفاقيات الدولية في هذا المضمار ، لاستخلاص النتائج العلمية والعملية ، التي يمكننا الاستفادة منها في نظامنا القانوني .

في هذا السياق تطرح التساؤلات التالية :

- ما هي صور انتهاكات العلامة التجارية ؟
 - إلى أي مدى عنت التشريعات الوطنية بتحديد المسؤولية الجزائية في جرائم العلامات التجارية ؟
 - ما مدى فعالية الدور التشريعي في الحد من جرائم الاعتداء الواقعة على العلامة التجارية؟
- من خلال ما تقدم ، يمكننا صياغة الإشكالية الرئيسية للموضوع على النحو التالي :
- في ظل الاعتداءات الموجودة في مجال العلامات التجارية والتي تعد من أبرز الجرائم المستجدة التي تجاوزت في السنوات الأخيرة قدرات الحكومات والمنظمات الدولية وشكلت خطرا حقيقيا على اقتصاد الوطن ، إلى أي مدى يمكن أن تتحقق المسؤولية الجزائية في جرائم العلامات التجارية ؟
- هذه التساؤلات تطرح موضوعا مهما للغاية ، للإجابة عنها يتطلع هذا البحث أن نتبع منهجا للبحث العلمي لتقديم إجابات محددة وبسيطة .

منهج البحث :

سننتبع في دراستنا لهذا الموضوع -إن شاء الله - منهج الدراسات التحليلية الوصفية المقارنة من خلال عرض المسائل ، وكذلك النصوص القانونية التي تعالجها إن وجدت ومن ثم تحليل النص :

1- المنهج التحليلي :

ويتبين ذلك من خلال ذكر النصوص القانونية التي تعالج موضوع الدراسة ومن ثم تحليلها والوقوف على المراد منها نصا و روحا .

2- المنهج الوصفي :

ذلك بوصف كل حالة وإعطائها الوصف القانوني مع تعزيزها بالأحكام والقرارات القضائية المشابهة لها وإعطاء كل حالة وصفا دقيقا ، كوصف العلامات التجارية وذكر صور الجرائم الواقعة عليها، إلى جانب تحديد المسؤولية الجزائية للأشخاص الطبيعية والمعنوية في هذه الجرائم وتقرير الجزاءات الجنائية المناسبة لها .

3- المنهج المقارن :

يتجلى من خلال بيان موقف المشرع الجزائري ومواقف التشريعات المقارنة وكذلك اجتهادات القضاء في العديد من الدول فضلا عن تبيان مواقف الاتفاقيات الدولية، وكذا استظهار موقف الفقه بما يخدم النقاط التي ستتم مناقشتها في إطار هذا الموضوع. ومحور دراستنا سيكون بين التشريع الجزائري والتشريع الفرنسي والمصري ، وهذا بهدف الوقوف على السياسة الجنائية في هذه الدول من ناحية ، ومحاولة الاستفادة منها لسدّ الفراغ التشريعي الذي قد يعتري التشريع الجزائري من ناحية أخرى. بالنسبة لعناصر البحث فقد قمنا بتقسيمها وفقا للخطة التالية .

خطة البحث :

تهدف خطة البحث ابتداءً إلى إجلاء الغموض عن فكرة قيام المسؤولية الجزائية في جرائم العلامات التجارية ، وتحديد مفهومها ونطاقها مع تحليل وتفسير أسبابها وتنظيم الجرائم التي تنطوي عليها. كما ترمي إلى تتبع أثر جرائم الاعتداء على العلامة التجارية في التشريع الجزائري والمقارن ، وما يمكن أن تؤدي إليه من تطوير وتعديل في التشريع الوضعي سواء بإضافة قائمة جديدة من الجرائم والعقوبات أو باستحداث أشكال جديدة من المسؤولية الجزائية وأنماط التجريم . ولذلك فإنّ هذه الدراسة مجرد محاولة بسيطة لإنشاء قاعدة عامة يستقيم بها قيام المسؤولية الجزائية لمرتكبي جرائم الاعتداء على العلامة ، بحيث تجمع شتات هذا الموضوع المتناثر في التشريعات العامة والخاصة .

وستتم دراستنا لموضوع " المسؤولية الجزائية في جرائم العلامات التجارية " في بايين ، نتحدث في الباب الأول عن نطاق المسؤولية الجزائية في جرائم التعدي على العلامات التجارية ومن خلاله سنعرف موضع العلامات التجارية من المسؤولية الجزائية والجرائم الواقعة عليها، ثم نتعرض في الباب الثاني لأحكام المسؤولية الجزائية في جرائم التعدي على العلامات التجارية ، ومن خلاله سنتطرق لقيام المسؤولية الجزائية في جرائم التعدي على العلامات التجارية والجزاءات الجنائية المقررة لجرائم العلامات التجارية ، وأخيرا خاتمة هذا الموضوع . ثبت بأهم المصادر والمراجع ، فهرس تفصيلي لبابين وفصلين ومباحث ومطالب البحث .

الباب الأول

نطاق المسؤولية الجزائية في جرائم التعدي على العلامات التجارية

يسعى المشرع الجنائي دائما إلى حماية المصالح الاقتصادية للدولة، حين يقدر عدم كفاية الحماية غير الجنائية التي تكفلها فروع القانون الأخرى، ومن ذلك حماية العلامات التجارية من الاعتداءات الواقعة عليها . فهذه الجرائم تمس بمصالح صاحب العلامة وذلك بإلحاق أضرار معتبرة له باعتبار أن العلامة هي وسيلته في المنافسة ودخول الأسواق، كما تمس أيضا بمصالح المستهلك باعتبار أن العلامة وسيلته للتعرف على المنتجات والخدمات التي تشكل بالنسبة إليه رمزا للثقة والجودة⁽¹⁾.

وبالمقابل نجد بعض أحكام هذه العلامات منصوصا عليها في قانون العقوبات ، والبعض الآخر منصوصا عليها في قوانين خاصة. وقد ضمن المشرع هذه القوانين أحكاما جزائية وأحكاما خاصة للتجريم والمسؤولية في حالة تعريضها للخطر .

وعلى ذلك فإن جرائم التعدي على العلامات التجارية منصوص عليها وعلى عقوباتها في قانون خاص ، تخضع للمبادئ والقواعد العامة الواردة في مجموعة القانون الجنائي ، شأنها في ذلك شأن جميع الجرائم المنصوص عليها وعلى عقوباتها في قوانين جنائية، مع مراعاة القواعد الخاصة بها التي يتضمنها نصها الخاص استثناء من تلك القواعد العامة .

ولمزيد من التفصيل والتوضيح سنتطرق إلى موضع العلامة التجارية من المسؤولية الجزائية (الفصل الأول) ثم الجرائم الواقعة على العلامات التجارية (الفصل الثاني) .

(1) V: Andrea Semprini , La marque , une puissance fragile , Vuibert, Paris , 2005,p.18 .

راجع : سعيد بن عبد الله بن حمود المعشري ، حقوق الملكية الصناعية ، دراسة فقهية مقارنة في ظل ما أخذ به التشريع العماني ، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية ، 2010 ، ص 210 وما بعدها .

الفصل الأول

موضع العلامة التجارية من المسؤولية الجزائية

إن ظاهرة الاعتداء على العلامة التجارية في تزايد مستمر نتيجة التقدم التكنولوجي المذهل، الذي يَسِّرُ إمداد المعتدين بإمكانيات واسعة لارتكاب هذه الجرائم، ومهارة علمية فائقة لإخفاء آثار جرائمهم وخداع المستهلكين؛ الأمر الذي أدى إلى اهتمام جميع دول العالم بمقاومة هذه الظاهرة تشريعيا واجتماعيا وأمنيا ومعاقبة كل من يعتدي على مقومات الدولة الاقتصادية⁽¹⁾. حيث أصبح من الصعوبة بمكان من الناحية العملية، تحديد المتهم الحقيقي سواء كان شخصا طبيعيا أو شخصا معنويا في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية، وهل هو الصانع أم مدير المصنع الفني أم التاجر. وهل هو تاجر الجملة أم الوسيط أم تاجر التجزئة أم الشخص المعنوي، وهل الجريمة وقعت عمدا أم نتيجة إهمال .

كما ترجع الفلسفة القانونية لتجريم صور الاعتداء على العلامة التجارية إلى سعي المجتمعات نحو ضمان سلامة المعاملات الصناعية والتجارية أو الاقتصادية عموما؛ وذلك بالضرب على أيدي من يلجأ إلى انتهاك العلامة التجارية في سبيل تحقيق كسب غير مشروع، فالمستهلك عادة ليست لديه القدرة على التمييز بين العلامة الأصلية والعلامة المعتدى عليها .

وعليه سنتناول كل هذه العناصر بصفة مفصلة، حيث سنتحدث عن الأحكام الخاصة بالعلامات التجارية محل قيام المسؤولية الجزائية في المبحث الأول ثم النظام القانوني المطبق على العلامات التجارية لقيام المسؤولية الجزائية في المبحث الثاني .

(1) راجع : عبد الحكم فودة ، جرائم الغش التجاري والصناعي ، منشأة المعارف ، الإسكندرية ، 1996 ، ص 25 .
V : Faliene Daizé , Marques et usurpation de signes de la personnalité , Litec, Paris , 2006 , p.127. Julien Canlorbe , L'usage de la marque d'autrui , Litec , Paris , 2007 , p.80.
Laure Marino , Droit de la propriété industrielle , 8^{ème} éd , Dalloz , Paris , 2013 , p.78 .

المبحث الأول

الأحكام الخاصة بالعلامات التجارية محل قيام المسؤولية الجزائية

العلامة التجارية هي التي تميز المنتجات عن غيرها، وتعد في كثير من الأحيان أهم عناصر المحل التجاري . ولكي يتمكن المنتج أوالتاجر أوالصانع أو مقدم الخدمة من ممارسة سلطاته على العلامة لا بد من الحصول على مركز قانوني يمكنه من ممارسة ذلك (1).

إن العلامة تلعب دورا مؤثرا في الترويج للمنتجات والسلع والخدمات فهي وسيلة من وسائل الإعلان ، إذ أنها تتطبع في أذهان الناس من خلال ترديدها في وسائل الإعلان المختلفة ؛ وهي بذلك نوع من الإعلان يهدف إلى تحديد هوية السلعة واسم المنتج ، إذ أن تكرار الإعلان عن هذه العلامة يترك أثرا في المستهلك وتبقى العلامة راسخة في ذاكرته ويرغبه في شرائها. لهذا أصبح من الصعب تجاهل الدور المؤثر الذي تلعبه الدعاية في جذب العملاء إلى منتجات أوبضائع أوبخدمات مشروع معين لحرص مالك المشروع على أن يؤكد للمستهلك من خلال الدعاية التي تفنن فيها أن منتجاته أوبضائعه هي الأفضل من غيرها .

وحتى تتحقق المسؤولية الجزائية في جرائم التعدي على هذه العلامات التجارية ، يجب أولا التعرف على العلامة التجارية والشروط التي يجب أن تتوفر فيها، حتى يمكن حمايتها جزائيا من الانتهاكات التي تقع عليها .

سنتطرق في المطلب الأول إلى المفاهيم الأولية المرتبطة بالعلامات التجارية ثم تحديد العلامات التجارية محل قيام المسؤولية الجزائية في المطلب الثاني .

(1) سائد أحمد الخولي، حقوق الملكية الصناعية، الطبعة الأولى ، دار مجدلاوي، الأردن، 2004، ص 21 . ولمعرفة أهمية العلامة التجارية باعتبارها حق من حقوق الملكية الصناعية في التعليم الجامعي، راجع : فاطمة زكريا محمد عبد الرزاق، حماية حقوق الملكية الفكرية في التعليم الجامعي، منشأة المعارف، الإسكندرية ، 2008 ، ص 3 .
V: Philippe Dunant, Traité des marques de fabrique et de commerce des indications de provenance et des récompenses industrielle en Suisse , Genève , Eggi man, N°1 , 1898, p.1. Mireille Buydens et Séverine Dusollier (eds), L' intérêt général et l'accès à l'information en propriété intellectuelle , Bruylant Bruxelles , 2008 , p. 209 .

المطلب الأول

المفاهيم الأولية المرتبطة بالعلامات التجارية

من أبرز سمات العصر الحديث قيام الثورة الصناعية مع بدايات القرن التاسع عشر، التي جاءت بالتطور الهائل للأساليب الصناعية الحديثة الآلية والتي حلت محل الصناعات اليدوية البدائية، مما أدى إلى تركيز القدرة الإنتاجية في مشاريع كبيرة فظهرت الحاجة إلى تطوير أساليب التوزيع لإيصال المنتجات إلى المستهلك، فصاحب ذلك ازدياد في استعمال العلامة التجارية التي أصبحت تأخذ صورا عدة كالأحرف أو الأعداد أو الرسوم أو الكلمات أو خليط من ذلك، والنتيجة أن هناك فيضا من العلامات التجارية تمثلى بها الأسواق حتى أضحت الحاجة إليها للتعريف بالبضائع كالحاجة للأسماء للتعريف بالأشخاص (1).

ويبدو أن اغتصاب العلامة في بداية هذه المرحلة لم يكن معاقبا عليه جزائيا، بل كان العقاب عليه محصورا في التعويض المدني. إلا أن خروج بعض أصحاب الصناعات والحرف والتجار عن تقاليد التعامل التجاري الشريف واللجوء إلى وسائل غير مشروعة في سبيل المنافسة باستعمال واغتصاب وتقليد علامات غيرهم، قد دفع بأصحاب الشأن إلى المطالبة بإصدار تشريع جنائي يحمي علاماتهم من هذه الجرائم ومتابعة كل مسؤول عن اغتصاب هذه العلامات، مما أدى إلى إدخال العلامة التجارية تحت مظلة الحماية القانونية حتى غدت تتمتع بحماية مدنية وجزائية على المستوى الوطني والدولي.

لقد تعددت التعاريف الخاصة بالعلامة التجارية فهناك تعاريف واسعة وغير محددة لها يمكن شمولها بالحماية القانونية، لهذا سنتطرق إلى تعريف العلامات التجارية وفقا لاتفاقية تريس (الفرع الأول) ثم تعريف التشريع والفقهاء للعلامات التجارية (الفرع الثاني).

(1) **العلامة لغة**: هي كل أثر في الشيء للدلالة عليه ومعرفته وتمييزه عن غيره، وهي مشتقة من العلم بمعنى المعرفة، ومثل ذلك علم الدولة للدلالة عليها وتمييزها، ويقال المعلم من العلامة، أي الأثر الذي يستدل به على الطريق وما يعلم به الشيء وما ينصب في الطريق فيستهدى به، كما يقال عن العلامة أنها عبارة عن خطين متقاطعين يستعيب بهما عن الإمضاء أحيانا من لا يستطيع الإمضاء. راجع: علي العريف، شرح القانون التجاري المصري، الطبعة الثانية، مطبعة أحمد مخيمر، القاهرة، 1959، ص 547. محمد بن أبي بكر الرازي، مختار الصحاح، دار الكتاب العربي للنشر، بيروت، 1982، ص 452. حارث سليمان الفاروقي، المعجم القانوني، الطبعة الثالثة، مكتبة لبنان ناشرون، بيروت، 2000، ص 444. مجمع اللغة العربية، المعجم الوجيز، دار التحرير للطبع والنشر، القاهرة، 1989، ص 432.

الفرع الأول : تعريف العلامة التجارية وفقا لاتفاقية تريس⁽¹⁾

حظيت العلامات التجارية منذ زمن بعيد بتنظيم قانوني⁽²⁾، يوفر لها كثيرا من أوجه الحماية إلا أن ملامح هذا التنظيم أخذت تتطور شيئا فشيئا ، واتسع نطاقها وامتد من نطاق إقليمي إلى نطاق دولي ، وذلك على نحو بدا مناسبا لطبيعة الحياة التجارية التي تتطلب انتقال السلع من بلد إلى بلد آخر، واستلزم هذا الانتقال وبالضرورة توفير حماية قانونية للعلامات التجارية التي تميز هذه السلع عن غيرها .

كما يتمتع صاحب العلامة زيادة عن الحماية الوطنية مدنية كانت أجزائية ، بحماية دولية حيث بدأت الجهود الدولية في الاعتراف بالعلامة التجارية وحمايتها على الصعيد الدولي منذ أواخر القرن 19 ، وقد توصلت تلك الجهود إلى بعض الاتفاقيات الدولية التي تضمنت التزامات قانونية دولية على البلاد المنظمة لها ، وكان من أبرز تلك الاتفاقيات⁽³⁾ :

(1) اتفاقية "تريس" Trips وهي اختصارا لعبارة : Agreement on trade – related aspects of intellectual property rights اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية ، المعتمدة في 15 ابريل 1994 ، بدء النفاذ في 1 يناير 1995 . في هذا الخصوص راجع: عبد الفتاح بيومي حجازي، حقوق الملكية الفكرية وحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، دار الكتب القانونية ، مصر، 2008 ، ص 11 . كارلوس م. كوريا، ترجمة السيد أحمد عبد الخالق، حقوق الملكية الفكرية ، منظمة التجارة العالمية والدول النامية ، اتفاق التريس وخيارات السياسة، دار المريخ للنشر، الرياض، 2002، ص 18 .

وللعلم فقد بادرت الجزائر بطلب الانضمام لعضوية اتفاقية الجات رسميا في سنة 1987، ولكن الأحداث التي شهدتها الجزائر خلال تلك الفترة والتي تعد فترة انتقالية عصبية مرت بها الجزائر عطلت إجراءات الانضمام. راجع في هذا: محفوظ لعشب ، المنظمة العالمية للتجارة ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 2006 -2007 ، ص 44 .

(2) بلال عبد المطلب بدوي ، تطور الآليات الدولية لحماية حقوق الملكية الصناعية ، دراسة في ضوء اتفاقية التريس والاتفاقية السابقة عليها " ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2006 ، ص 121 .

(3) رعد الصرن ، أساسيات التجارة الدولية المعاصرة ، مدخل تنظيمي تكاملي تحليلي ، Fundamentals of modern international trade an organizational , integrated , and analytical approach ، الطبعة الأولى، دار الرضا للنشر، سوريا ، شباط 2001 ، ص 58 .

اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة 1883⁽¹⁾، بروتوكول اتفاق مدريد الخاص بالتسجيل الدولي للعلامات التجارية لسنة 1989، معاهدة قانون العلامات التجارية لسنة 1994، اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريس TRIPS) لسنة 1994 وهي أهم اتفاقية خاصة بالعلامات التجارية، لأنها ركزت على مجموعة من المبادئ الأساسية⁽²⁾.

(1) اتفاقية باريس المؤرخة في 20 مارس 1883 والمعدلة ببروكسل في 14 ديسمبر 1900 وواشنطن في 2 يونيو 1911 ولاهاي في 6 نوفمبر 1925 ولندن في 2 يونيو 1934 و لشبونة في 31 أكتوبر 1958 واستكهولم في 14 يوليو 1967 والمنقحة في 2 أكتوبر 1979. في هذا الخصوص راجع: منير زهران، تسوية المنازعات المتعلقة بالملكية الفكرية، المحاماة، العدد الأول، 2001، ص 571. وائل أنور بندق، موسوعة الملكية الفكرية، الاتفاقيات الدولية وقوانين الدول العربية، حماية الملكية الفكرية في الاتفاقيات الدولية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، بدون سنة نشر، ص 181. غسان رباح، الوجيز في قضايا حماية الملكية الفكرية والفنية، مع دراسة مقارنة حول جرائم المعلوماتية، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي، لبنان، 2008، ص 180. محمد شهاب، اتفاقيات ومعاهدات حقوق الملكية الفكرية الصادرة عن المنظمة العالمية لحقوق الملكية الفكرية "الويبو" WIPO، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، 2011، ص 28. مارتن ج. لوتز، ترجمة هشام مرزوق، الدور المستقبل للاتحاد الدولي لحماية الملكية الصناعية، تحديات حماية الملكية الفكرية من منظور عربي ودولي، أبحاث ندوة الجمعية الدولية لحماية الملكية الصناعية، الجمعية المصرية لحماية الملكية الصناعية والجمعية الدولية لحماية الملكية الصناعية، القاهرة، 21-23 أكتوبر/ تشرين أول سنة 1997 م، ص 150.

ولمزيد من التفصيل عن اتفاقية باريس راجع:

G. H. C. Bodenhasen, Guide to the application of the Paris convention for the protection of industrial property as revised at Stockholm in 1967, WIPO, Geneva, 1968, p.9. See also: P. Lads Stephan, Patents, Trade marks and related rights national and international protection, vol 1, Harvad University Press Cambridge, 1975, p. 59. Satyawrat Ponkshe, The management of intellectual property, Abhate and Ponkshe publication, New Delhi, 1991, p. 108. W. R. Gornish, Intellectual property, second Indian edition, Universal books Traders, New Delhi, 1993, p. 71.

(2) المعتمد بالله الغرياني، القانون التجاري، النظرية العامة للحرفة التجارية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2009، ص 302. فضل علي مثنى، الآثار المحتملة لمنظمة التجارة العالمية على التجارة الخارجية والدول النامية، رسالة ماجستير، معهد البحوث والدراسات العربية، جامعة الدول العربية، القاهرة، 2000، ص 17. ولمزيد من التفصيل راجع: صلاح الدين نامق، سياسات التجارة الخارجية، مكتبة عين شمس، القاهرة، 1978، ص 75. أبو العلا علي أبو العلام، الحماية الوطنية للملكية الفكرية في ظل اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية جات 1994، دار النهضة العربية، القاهرة، ص 90. أبو بكر متولي، الاتجاهات المعاصرة في سياسات التجارة الدولية، مذكرة رقم 1319، معهد التخطيط القومي، القاهرة، مارس 1982، ص 12. إبراهيم محمد الغاز، السياسة التجارية ومدى أهميتها في مواجهة التغيرات الاقتصادية الدولية، دار النهضة العربية، القاهرة، 1997، ص 37.

فاتفاقية ترس في تنظيمها للعلامات التجارية (1) ، وذلك في القسم الثاني منها والذي احتوى على سبع مواد (من المادة 15 وحتى المادة 33) قد أغفلت التطرق إلى العديد من المسائل المرتبطة بالعلامات التجارية ليس ذلك من قبيل السهو، وإنما هو من قبيل تلافي التكرار؛ فاتفاقية ترس قد قامت من ضمن ما قامت عليه من مبادئ على الإحالة إلى عدد من الاتفاقيات الدولية السابقة عليها، وكان من بينها اتفاقية باريس ، ولما كانت هذه الاتفاقية الأخيرة قد أولت اهتماما خاصا بموضوع العلامات التجارية، فقد سهل هذا المجهود المهمة على واضعي اتفاقية ترس .

وقد نصت المادة 1/15 من اتفاقية ترس على ما يلي : “ تعتبر أي علامة أو مجموعة علامات تسمح بتمييز السلع والخدمات التي تنتجها منشأة ما عن تلك التي تنتجها المنشآت الأخرى صالحة لأن تكون علامة تجارية . وتكون هذه العلامات لاسيما الكلمات التي تشمل أسماء شخصية وحروفا وأرقاما وأشكالا ومجموعات ألوان وأي مزيج من هذه العلامات مؤهلة للتسجيل كعلامة تجارية... للإدراك بالنظر، كشرط لتسجيلها ” (2).

التعريف الوارد بالمادة المشار إليها يعد أول خطوة نحو وضع تعريف للعلامة التجارية في إطار اتفاقية دولية متعددة الأطراف (3).

النص على هذا النحو قد استحدث في مجال تحديد العلامات التجارية التي تصلح لأن تكون موضوعا للحماية عددا من النقاط من أبرزها :

(1) لمزيد من التفصيل عن الإجراءات المنصوص عليها في اتفاقية ترس، حيث تشمل طائفة واسعة من الإجراءات الإدارية والمدنية وحتى الجنائية التي تصل إلى الحبس الوجوبي ، خاصة عند تقليد العلامات التجارية المسجلة . راجع: السيد أحمد عبد الخالق ، الاقتصاد السياسي لحماية حقوق الملكية الفكرية في ظل اتفاق الترس مع التطبيق على نقل التكنولوجيا للدول النامية، الأمن والقانون، العدد الأول، السنة السادسة عشرة ، يناير 2008 ، ص 55 .

Jan Rosèn , Intellectual property at the crossroads of Trade , Edward Elgar Cheltenham UK , Northampton ,MA,USA , 2012 , p.3 .

(2) بلال عبد المطلب بدوي ، المرجع السابق ، ص 123 . جلال وفاء محمد، الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (ترس)، سلسلة رسائل البنك الصناعي ، بنك الكويت الصناعي ، العدد 59 ، ديسمبر 1999، ص 90 . ناصر جلال ، حقوق الملكية الفكرية وآثارها على اقتصاديات الثقافة والاتصال والإعلام ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة، 2005 ، ص 134 .

(3) محمد عبد الرحمن الشمري ، حماية العلامة التجارية في ضوء اتفاقية الجوانب المتعلقة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (الترس) ، رسالة الدكتوراه ، جامعة القاهرة ، نشر 2004 ، ص 51 .

- توسعت اتفاقية تريس في شأن المعيار الذي يصلح لتسجيل العلامة التجارية ، إذ نصت على أن كل علامة تصلح لتمييز السلع والخدمات ذات الصلة تعد علامة تجارية مؤهلة للتسجيل . وبالتالي توفير الحماية لها ، فلا مانع إذن من قابلية أية علامة للتسجيل طالما كان لها القدرة على أن تميز سلعة أو خدمة عن غيرها(1) .

إنّ التعداد الوارد في الاتفاقية هو تعداد ورد على سبيل المثال لا الحصر، ولهذا لا مانع من الأخذ بالعلامة المجسمة ضمن العلامات التجارية المحمية ، مع الأخذ في الاعتبار مبدأ المعاملة الوطنية وكذلك مبدأ الدولة الأولى بالرعاية (2) .

- المظهر الثاني الذي يظهر لنا توسع اتفاقية تريس عن غيرها في مجال تحديد المواد القابلة للحماية هو ما أجازته الاتفاقية للدول الأعضاء من أن تشترط قابلية العلامة للإدراك بالبصر لتسجيلها، فلا تسمح بالتالي بتسجيل العلامات التي تقوم على الصوت أو الرائحة فقط دون إمكانية النظر إليها، وإذا كان الواقع العملي ينبئ عن ندرة وجود مثل هذا النوع من العلامات التجارية ، فإن نص الاتفاقية قد جعل من هذا الحكم أمرا جوازيا للدول الأعضاء فيها.

يتبين مما سبق : أنّ الاتفاقية قد استحدثت في مجال تحديد العلامات التجارية التي تصلح لأن تكون موضوعا للحماية عددا من النقاط ، حيث وضعت للمرة الأولى تعريفا واسعا وموحدا للعلامة التجارية في مجال السلع والخدمات على حد سواء، على خلاف ماورد في اتفاقية باريس لحماية الملكية الفكرية واعتمدت خاصية القدرة على التمييز كمعيار موضوعي لما يعتبر علامة تجارية في حكم الاتفاقية .

كما شمل التعريف تعداد بعض صور العلامات التجارية المألوفة بكل أشكالها ، مع اتباع خطة مرنة تعتمد على منح الدول الأعضاء حرية الأخذ بعناصر العلامة التجارية الواردة بنص الاتفاقية أوعدمه، لاسيما العلامات التي تتكون من عناصر غير مادية . كما أجازت الاتفاقية للدول الأعضاء إجازة تسجيل أية إشارة أخرى كعلامة تجارية طالما تتوافر بها الشروط الموضوعية للعلامة التجارية .

(1) راجع : ياسر محمد جاد الله ، الملكية الفكرية ، أقرأ سلسلة ثقافية شهرية ، القاهرة ، دار المعارف ، العدد 693 ، ص 29 . منار نزار يوسف الملكاوي ، الحماية القانونية للعلامة التجارية في ظل القانونين الأردني والمصري والاتفاقيات الدولية المعاصرة ، رسالة ماجستير ، جامعة القاهرة ، نشر 2001 ، ص 213 .

(2) جلال وفاء محمد ، الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية ، دار الجامعية الجديدة للنشر ، الإسكندرية ، بدون سنة نشر ، ص 105 . الطيب زروتي ، القانون الدولي للملكية الفكرية ، تحاليل ووثائق ، الطبعة الأولى ، مطبعة الكاهنة ، الجزائر ، 2004 ، ص 105 .

الفرع الثاني : تعريف التشريع والفقهاء للعلامات التجارية

سنورد فيما يأتي تعريف التشريع للعلامات التجارية ، ثم تعريف الفقه لها .

أولا - تعريف التشريع للعلامات التجارية :

يخضع تنظيم العلامات التجارية في الجزائر إلى الأمر رقم 03-06⁽¹⁾، فتنص المادة 02 منه على أن العلامات هي: " كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي ، لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام ، والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع أوتوضيبيها ، والألوان بمفردها أو مركبة التي تستعمل كلها لتمييز سلع أوخدمات شخص طبيعي أومعنوي عن سلع وخدمات غيره " .

إن هذا التعداد ورد على سبيل المثال وليس على سبيل الحصر والدليل على ذلك عبارة "لاسيما " التي أدرجت في النص⁽²⁾، والتي تبين بوضوح أن المشرع لازال يحتفظ بفحوى الأحكام السابقة التي كانت تنتهي بعبارة " وبصفة عامة جميع السمات المادية التي تصلح لتمييز المنتجات أوالأشياء أوالخدمات لكل مؤسسة "⁽³⁾ .

فالعلامة تساعد المستهلكين على التعرف على ما يفضلونه من منتجات و خدمات، وتحميهم أيضا من أن يقعوا فريسة للمنتجات الحاملة للعلامات المقلدة أوالمغشوشة⁽⁴⁾.

(1) الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 هـ الموافق لـ 19 يوليو سنة 2003 والمتعلق بالعلامات التجارية ، الجريدة الرسمية ، الجزائر، العدد 44 ، الصادرة في 23 يوليو سنة 2003، ص 23 .

(2)راجع : الجبلاي عجة ، منازعات العلامات الصناعية والتجارية ، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية، كلية الحقوق، بن عكنون الجزائر، العدد الأول، 2008، ص 08 . عباس حلمي المنزلاوي، الملكية الصناعية ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 1983 ، ص 17 . حمادي زويبير، تقليد العلامات في القانون الجزائري، ازدواجية في التجريم والعقاب ، مجلة الأكاديمية للبحث القانوني ، جامعة عبد الرحمان ميرة ، بجاية ، العدد 1 ، 2010 ، ص 122 .

(3) بالنسبة لموقف القضاء الجزائري ، انظر قضية ifri (بالنسبة للعلامة إفري) : المحكمة العليا ، الغرفة التجارية ، 13 يوليو 1999 ، المجلة القضائية 2000، العدد الأول ، ص125 .

(4) حميد محمد علي اللهيبي، الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية في إطار منظمة التجارة العالمية، الطبعة الأولى ، المركز القومي للإصدارات القانونية ، القاهرة، 2011، ص183.

لا مانع كذلك أن يحاول التاجر أوالصانع أن يميز منتجاته أوخدماته باستخدام شكل خاص، أي ما سمي " بالسمة ذات ثلاث أبعاد " (Le Signe à trois dimensions) ⁽¹⁾ طالما كانت العلامة ذات طابع مميز، ويقصد هنا مثلا شكل القنينة المستعملة للطور .

كما ينص المشرع الجزائري في المادة 04/03 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ⁽²⁾ على أن : "الوسم كل البيانات أوالكتابات أوالإشارات أوالعلامات أوالمميزات أوالصور أوالتماثيل أوالرموز المرتبطة بسلعة، تظهر على كل غلاف أووثيقة أولافتة أووسمة أوملصقة أوبطاقة أوختم أومعلقة مرفقة أوذالة على طبيعة منتج مهما كان شكلها أوسندها، بغض النظر عن طريقة وضعها".

أما المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش فقد نص المشرع الجزائري في المادة 05/ 02 منه ⁽³⁾ على أن : " الوسم جميع العلامات والبيانات وعناوين المصنع أوالتجارة والصور والشواهد أوالرموز التي تتعلق بمنتج ما والتي توجد في تغليف أووثيقة أوكتابة أووسمة أوخاتم أو طرق يرافق منتوجا ما أوخدمة أويرتبط بهما " .

- وعليه فالوسم هو تلك البيانات الموضوعية على الغلافات أوالعبوات والتي تعتبر ضرورية لإعلام المستهلك وتكون بطريقة لا توهي بأي إشكال أواضطرابات في ذهن المستهلك .

- يلاحظ أن المشرع الجزائري من خلال المادتين السالف ذكرهما أنه أدرج ضمن تعريف الوسم العلامة التجارية بالرغم من أنها تخضع لنظام قانوني خاص بها، لكنها تلعب دورا هاما وفعالا في إعلام المستهلك عن المنتج وهي غالبا ما تؤدي إلى تمييز المنتجات الصناعية أوالزراعية مع غيرها خاصة تلك المستوردة، وهكذا فقد أدرجها المشرع إلى جانب البيانات والكتابات التي يمكن أن يشمل عليها الوسم .

⁽¹⁾V : Albert chavanne , Modèles et marques de fabrique , mélanges H . Desbois , Dalloz , 1974 , p. 119. Sabine Lipovetsky , Une marque communautaire 3 D à deux vitesses : L ' esthétique au service de la marque de lux ? , Recueil Dalloz , n° 20 , 22 mai 2008 , p. 1367.

⁽²⁾ قانون رقم 09-03 المؤرخ في 29 صفر عام 1430 هـ الموافق ل 25 فبراير سنة 2009 ، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش .

⁽³⁾ مرسوم تنفيذي رقم 90-39 مؤرخ في 3 رجب عام 1410 الموافق ل 30 يناير سنة 1990 يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش.

وقد جاء في نص المادة 05 من القانون رقم 02/04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية الجزائرية⁽¹⁾ على أنه : "يجب أن يكون إعلام المستهلك بأسعار وتعريفات السلع والخدمات عن طريق وضع علامات أو وسم أو معلقات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة...".

ومن خلال هذه المادة نستنتج أن :

- للوسم دور فعال في إعلام المستهلك عن المنتج وذلك بمثابة دعاية تساعد على التفرقة بين هذه السلع المطروحة في السوق، التي تعددت وتنوعت في وقتنا الحاضر وكذا تشابهها إلى حد كبير في مكوناتها ومواصفاتها وأشكالها الخارجية بجعل المستهلك في مركز يصعب عليه التمييز بين سلعة وأخرى.

- يساهم الوسم في إطار إعلام المستهلك في إظهار العلامة التجارية والتعريف بها حيث يعمل على إيصال صورة حقيقة للسلعة إلى ذهن المستهلك حتى يتسنى له معرفة السلعة المراد اقتناؤها.

وقد عرفت المادة 1-711 من قانون الملكية الفرنسية⁽²⁾ العلامة التجارية بأنها: " أية إشارة يمكنها عن طريق التعبير بالرسم أن تميز السلع أو الخدمات التي ينتجها الأشخاص ، سواء أكانوا أشخاصا طبيعيين أم معنويين ؛ وتتكون العلامة التجارية على وجه الخصوص من العناصر التالية:

(1) قانون رقم 02-04 مؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425 هـ الموافق ل 23 يونيو سنة 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية .

(2) راجع في نفس المعنى المادة الأولى الفقرة الأولى من القانون الفرنسي رقم 64-1360 ، قانون العلامات التجارية الفرنسي هو جزء من قانون الملكية الفكرية الفرنسي رقم 597-1992 الذي حل محل القانون رقم 7 لسنة 1991 .

Article L711-1 C. Fr. Propr. Intell créé par Loi 92-597 1992-07-01 annexe JORF 3 juillet 1992 :

“ La marque de fabrique, de commerce ou de service est un signe susceptible de représentation graphique servant à distinguer les produits ou services d'une personne physique ou morale.

Peuvent notamment constituer un tel signe :

a) Les dénominations sous toutes les formes telles que : mots, assemblages de mots, noms patronymiques et géographiques, pseudonymes, lettres, chiffres, sigles ;

b) Les signes sonores tels que : sons, phrases musicales ;

c) Les signes figuratifs tels que : dessins, étiquettes, cachets, lisières, reliefs, hologrammes, logos, images de synthèse ; les formes, notamment celles du produit ou de son conditionnement ou celles caractérisant un service ; les dispositions, combinaisons ou nuances de couleurs “.

أ- الأسماء بكل أنواعها ، والكلمات المفردة أو مجموع الكلمات والألقاب ، والأسماء الجغرافية، والأسماء المستعارة ، والحروف ، والأعداد ، والرموز .

ب- العلامات السمعية مثل الأصوات ، والجمل الموسيقية .

ج- العلامات الشكلية ، مثل الرسوم الزخرفية ، والشارات ، والأختام ، وحواشي الأقمشة ، والنحت البارزة ، والعلامات المائية ، والشعارات ، والصور المجمع ، والأشكال وعلى وجه الخصوص أشكال المنتجات وأشكال عبوتها ، أو مجموع الألوان أودرجتها " .

يستنتج من هذا التعريف أن المشرع الفرنسي عرف العلامة التجارية بالنظر إلى وظيفتها في تمييز المنتجات ، واعتمد نهج الاتفاقية نحو الأخذ بتعريف واسع وغير محدد لما يعتبر علامة تجارية، ويتضح ذلك من عبارة " أية إشارة يمكنها عن طريق التعبير بالرسم أن تميز السلع أو الخدمات ... " (1).

أما في قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري نصت المادة 63 من القانون رقم 82 لسنة 2002 (2) على أن :

" العلامة التجارية هي كل ما يميز منتجا سلعة كان أو خدمة عن غيره وتشمل على وجه الخصوص الأسماء المتخذة شكلا مميزا ، والإمضاءات والكلمات والحروف ، والأرقام ، والرسوم، والرموز، وعناوين المحال، والدمغات والأختام والتصاووير والنقوش البارزة ، ومجموعة الألوان التي تتخذ شكلا خاصا ومميزا وكذلك أي خليط من هذه العناصر إذا كانت تستخدم أو يراد أن تستخدم إما في تمييز منتجات عمل صناعي ، أو استغلال زراعي ، أو استغلال للغابات ، أو لمستخرجات الأرض ، أو أية بضاعة، وإما للدلالة على مصدر المنتجات ، أو البضائع ، أو نوعها ، أو مرتبتها أو ضمانها ، أو طريقة تحضيرها ، وإما للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات وفي جميع الأحوال يتعين أن تكون العلامة التجارية مما يدرك بالبصر " .

(1)V: Maxime Vigna , La rançon du succès ou la surprenante dégénérescence de la marque Fooding , Recueil Dalloz , Dalloz , n° 13 , 27 Mars 2008 , p. 899 .

(2) صدر القانون رقم 82 لسنة 2002 لحماية حقوق الملكية الفكرية ونشر بالجريدة الرسمية العدد 22 مكرر في 2002/06/02 . لمزيد من التفصيل راجع : زكي زكي حسين زيدان، حقوق الملكية الفكرية ووسائل حمايتها في الفقه الإسلامي والقوانين الوضعية ، دار الكتاب القانوني ، بدون بلد نشر، 2009 ، ص 7.

يلاحظ من التعريف الوارد في المادة المشار إليها :

- تماثله مع التعريف الوارد في اتفاقية تريس .
- كما أنه عرف العلامة التجارية بالنظر إلى وظيفتها في تمييز المنتجات (1) .
- اعتمد نهج الاتفاقية نحو الأخذ بتعريف واسع وغير محدد لما يعتبر علامة تجارية ، ويتضح ذلك من عبارة " كل ما يميز منتجا سلعة كان أو خدمة " (2) .

كما توسع المشرع المصري في مفهوم العلامة التجارية، فلم يقصرها على تمييز السلع التجارية أو المنتجات الصناعية، بل اعتبر كل رمز يستخدم في تمييز مشروع زراعي أو استغلال للغابات أو مستخرجات الأرض هو من قبيل العلامة التجارية وهذا الحكم يتوافق مع مضمون المادة الأولى (ثالثا) من اتفاقية باريس الخاصة بحماية الملكية الصناعية التي نصت على أن : " تؤخذ عبارة الملكية الصناعية بأوسع معانيها " (3) .

(1) راجع : محمد ممتاز ، دليلك القانوني إلى حقوق الملكية الفكرية ، الطبعة الأولى، دار الفاروق للاستثمارات الثقافية، القاهرة، 2006، ص 54 . نادية معوض، القانون التجاري وفقا لقانون التجارة الجديد ، دار النهضة العربية ، القاهرة، 2000 ، ص 306. محمد حسني عباس، الملكية الصناعية والمحل التجاري، القاهرة، دار النهضة العربية ، 1971، ص 255 . علي البارودي القانون التجاري، (القطاع العام - المنشأة التجارية وفقا لقانون 97 لسنة 1983)، منشأة المعارف ، الإسكندرية، 1986، ص 103. هاني دويدار، القانون التجاري ، التنظيم القانوني للتجارة ، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية، 2004 ، ص 274 . نبيل أحمد صبيح ، حماية العلامات التجارية والصناعية في ظل التشريع المصري وفي ظل اتفاقية الجات، دار النهضة العربية، القاهرة، 1999 ، ص 25 . السيد عبد الوهاب عرفة، الموسوعة العلمية في حماية حقوق الملكية الفكرية (ق 2002/82 ولائحته التنفيذية)، المكتب الفني للموسوعات القانونية، الإسكندرية، بدون سنة نشر، ص 103. محمد حسام محمود لطفي، حقوق الملكية الفكرية المفاهيم الأساسية (دراسة لأحكام القانون رقم 82 لسنة 2002)، النسر الذهبي للطباعة والنشر، القاهرة، 2002 ، ص 15. شريف الطباخ ، الدفع في جرائم الغش والتدليس والجرائم التمويينية في ضوء القضاء والفقه، المركز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة، 2005 ، ص 364. خالد محمد كدفور المهيري، الحماية القانونية للملكية الصناعية، حماية العلامات التجارية في دولة الإمارات العربية المتحدة في ضوء الاتفاقيات الدولية وأحكام القضاء، رسالة دكتوراه ، كلية الحقوق ، الإسكندرية ، بدون سنة نشر، ص 23 . راجع: طعن 10 / 12 / 1959 ، مجموعة المكتب الفني ، س 10 ، رقم 121 ، سنة 25 ق ، ص 763 .

(2) محمد عبد الرحمن الشمري ، المرجع السابق ، ص 53 .

(3) حسام الدين عبد الغني الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، دار الكتب القومية ، القاهرة ، 1993 ، ص 17 .

من أوجه التغيير في القانون المصري الجديد رقم 82 لسنة 2002 أنه حظر صراحة تسجيل العلامات غير المنظورة وبالتالي أصبح من غير الممكن تسجيل العلامات التي تتكون من الصوت أو الرائحة⁽¹⁾؛ كما أضاف المشرع مجموعة الألوان التي تتخذ شكلا خاصا ومميذا إلى ما تشمله العلامة التجارية، وذلك استجابة لحكم المادة 01/15 من اتفاقية ترينس .

إلا أن الملاحظ أن النص كرر التأكيد على حماية علامة الخدمة، وكان من الأفضل الاكتفاء بما ورد في صدر المادة 63 من القانون ذاته من أن العلامة التجارية هي كل ما يميز منتجا سلعة كان أو خدمة . كما أنه لم يتطرق لمسألة تسجيل العلامات المجسمة (ثلاثية الأبعاد)، وأبقى مسألة تقدير صحة تسجيل تلك العلامة خاضعا للقضاء .

إعمالا للمادة 34 من قانون التجارة المصري⁽²⁾ فإن العلامات التجارية عنصر من العناصر المعنوية التي يجوز أن يتضمنها المتجر .

جاء في نص المادة 11 من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك المصري⁽³⁾ أنه : "على المنتج أوالمستورد أن يضع على المنتج كل أوبعض البيانات التالية وذلك حسب طبيعة كل منتج وطريقة الإعلان عنه أو عرضه أو التعاقد عليه وفقا للمواصفات القياسية المصرية : ...إسم المنتج أوالمستورد واسمه التجاري وعنوانه وعلامته التجارية إن وجدت ... " .

تلعب العلامات التجارية دورا جوهريا في توزيع المنتجات المشهورة وفي الكشف عن جرائم الغش والتقليد ، فمثلا علامة التمساح الأخضر الذي تضعه شركة الأزياء الفرنسية " LACOSTE " على منتجاتها⁽⁴⁾ .

(1) راجع: سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، الطبعة الرابعة ، دار النهضة العربية ، القاهرة، 2003 ، ص 424 .

(2) قانون التجارة المصري الجديد رقم 17 لسنة 1999 المعدل بالقانون رقم 58 / 2003 .

(3) قرار وزارة التجارة والصناعة رقم 886 لسنة 2006 بإصدار اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك الصادر بالقانون رقم 67 لسنة 2006 .

(4) هاني دويدار، مقدمات القانون التجاري ، دار المطبوعات الجامعية ، الإسكندرية ، 1994 ، ص 251 .

قد يكون هذا الشخص الذي يتخذ شارة أو رمزا للدلالة على تحديد كل ما يخصه من الأشياء شخصا طبيعيا أو معنويا عاما أو خاصا⁽¹⁾، وتختلف العلامة من منتج إلى آخر⁽²⁾.

ما يمكن استخلاصه أن هذه التشريعات اتبعت نفس النهج تقريبا وهي بصدد تعريف العلامة التجارية، حيث أوردت تعريفا واسعا وغير محدد للعلامات التجارية، بحيث يجوز تسجيل أية علامة لها القدرة على تمييز السلع أو الخدمات متى توافرت بها الشروط التي يتطلبها القانون. وبالتالي لم يعد هناك محل للمفهوم الضيق للعلامة الذي أخذت به بعض القوانين في السابق ومنها على سبيل المثال القانون الأردني رقم 33 لسنة 1952م.

ثانيا - تعريف الفقه للعلامة التجارية :

تعرف العلامة التجارية بأنها : " كل رمز قابل للتمثيل الخطي يتميز عن غيره بصفات خاصة به وجديدة ومبتكرة وغير مخالفة للنظام العام والآداب العامة أيا كان تمثيل الرمز سواء كان ممثلا في كلمات أو أسماء أشخاص أو أحرف أو أرقام أو رسومات أو صور أو توضيب للسلع أو الألوان المفردة أو المركبة أو الأصوات المميزة أو الرائحة التي تتميز بها السلعة ومتى تم تسجيل هذه العلامة فإنها تستفيد من الحماية المقررة لها، ويستفيد صاحبها من احتكار استغلالها بأي وجه من أوجه الاستغلال"⁽³⁾.

(1) راجع : محمد منصور أحمد، جريمة الغش التجاري في العلامات التجارية، دار الرياض للطبع والنشر، القاهرة، أول يوليو 1955، ص 51.

(2) فرحة زراوي، علامات المصنع في التشريع الجزائري، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، العدد 4، 1991، ص 952. سميحة القليوبي، الوجيز في التشريعات الصناعية، دار الإتحاد العربي للطباعة، القاهرة، بدون سنة نشر، ص 220.

V : Alain Beltran , Sophie Chauveau et Gabriel Galvez-Behar , Des brevet et des marques une histoire de la propriété industrielle , Fayard, Paris , 2001,p.180 .

(3) الجبلاي عجة ، مدخل إلى حقوق الملكية الفكرية طبقا للقوانين الجزائرية ، دار الخلدونية ، الجزائر ، بدون سنة نشر، ص 35 .

V : Doris Estelle Long and Anthony D'Amato, International Intellectual property, St.Paul, Minn, 2000, P.86. Ginsburg and Others, Trademark and Unfair Competition Law Cases and Materials, Second Edition, 2000, Michie Law publishers, p.56.

بناء على هذا التعريف نجد أنه ينسجم إلى حدّ كبير مع التعريف التشريعي للعلامة ، بل ويوسع من نطاقه إلى التمثيل عن طريق الرائحة أو التمثيل عن طريق الصوت ، وهو بذلك يسدّ ثغرة في التعريف التشريعي حتى يتلاءم مع ما هو معمول به في تشريعات الدول الأخرى⁽¹⁾ .

هناك اتجاه يرى أن العلامة التجارية أو الصناعية هي كل إشارة أو دلالة يضعها التاجر أو الصانع على المنتجات التي يقوم ببيعها أو صنعها، لتمييز هذه المنتجات عن غيرها من السلع المماثلة وتهدف العلامة التجارية أو الصناعية إلى تمييز المنتجات لجذب العملاء وجمهور المستهلكين، وكذلك سهولة التعرف على ما يفضلونه من بضائع و سلع ، فالعلامة تشير إلى بلد الإنتاج أو مصدر صناعة السلع أو مصدر بيعها أو أنواعها أو مرتبتها أو ضمانها أو طريقة تحضيرها أو للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات ، وعلاوة على ذلك فهي تمكن المنتج أو التاجر من إبراز خصائص منتجاته⁽²⁾ .

أخيرا يمكن القول أن العلامات التجارية هي وسيلة من وسائل المنافسة المشروعة حيث تختلف وتتميز عن العناصر الأخرى للملكية الفكرية ، فهي الوسائل الصوتية أو المرئية التي تهدف إلى تعريف الزبائن بالمنتجات أو الخدمات أو المؤسسات التجارية وتميزها عما يشتهر بها، أو يقصد بها الدلالة على مصدر المنتجات أو البضائع أو نوعها أو مرتبتها أو طريقة تحضيرها .

(1) راجع : جمال محمود عبد العزيز، نحو قانون موحد للعلامات التجارية لدول مجلس التعاون الخليجي وفقا للاتفاقيات الدولية وقوانين العلامات التجارية الخليجية، الطبعة الثانية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2008، ص 9 . ولاء الدين محمد، الحماية القانونية للعلامات التجارية في القانون الدولي الخاص، المجلة الجنائية القومية، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، القاهرة، العدد الأول، مارس 2007، المجلد الخمسون، ص 141 .

Paul Mathély , Le nouveau droit Français des marques , éditions J. N . A , Maisonneuve , 1994 , p. 9 .

(2) سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، الطبعة الخامسة، دار النهضة، القاهرة، 2005، ص 451 . زكي زكي الشعراوي، الوجيز في القانون التجاري، الطبعة الخامسة، دار النهضة العربية ، القاهرة، 1987، ص 122 . حسني المصري ، القانون التجاري، الطبعة الأولى، دار وهدان للنشر، القاهرة، 1986 ، ص 253. عادل علي المققادي، القانون التجاري، الطبعة الأولى، دار الثقافة، الأردن، 2007 ، ص 194. نعيم مغيب، الماركات التجارية والصناعية، دراسة في القانون المقارن ، الطبعة الأولى، بدون دار النشر، بدون بلد النشر، 2005 ، ص 12 . اتحاد غرف التجارة والصناعة في دولة الإمارات العربية المتحدة ، الحماية القانونية للملكية الفكرية بدولة الإمارات العربية المتحدة ، سلسلة مطبوعات اتحاد الغرف، الإمارات العربية المتحدة ، 1996، ص 61 . نعيمة علوش، العلامات في مجال المنافسة، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية، 2013 ، ص 14 .

Gordon V. Smith , Russell L.Parr, Intellectual Property : Valution , Exploitation, and Infringement damages , John Wiley and Sons , Inc , United States of America , 2005 , p.36 .

المطلب الثاني

تحديد العلامات التجارية محل قيام المسؤولية الجزائية

تلعب العلامة التجارية دورا هاما في المنافسة بين المشروعات التي تنتج أو تاجر في منتجات أو تقدم خدمات مماثلة أو مشابهة⁽¹⁾ ، حيث تعتبر العلامة همزة الوصل بين المنتج أو الموزع أو مقدم الخدمة وبين جمهور المستهلكين للسلع والمنتجات وطالبي الخدمات التي يقدمها المشروع .

يعتبر كل تاجر حرا في اختيار العلامة التي يرى أنها أكثر ملاءمة وفعالية في اجتذاب الزبائن إلى محله التجاري⁽²⁾. وهذا يعني أن المستهلك حين يطلب سلعة تحمل علامة معينة إنما يربط بين العلامة التجارية وبين خصائص السلعة ، لما يرسخ لدى المستهلك من خلال تجاربه لهذه السلعة وتأثير الدعاية عن العلامة التجارية للسلعة .

في حالة حصول اعتداء على هذه العلامة التجارية وجب حمايتها باعتبارها حقا من حقوق الملكية الصناعية ، ومعاقبة المسؤول عن هذه الجرائم . وقد تكون هذه الحماية مدنية وذلك عن طريق مباشرة دعوى المنافسة غير المشروعة بتوفر شروطها الخطأ والضرر والعلاقة السببية بين الخطأ والضرر⁽³⁾، أو يتم حمايتها جزائيا من جرائم التقليد والتزوير .

ولمزيد من التفصيل سنتحدث عن وظائف العلامات التجارية (الفرع الأول) ثم عن صورها (الفرع الثاني) .

⁽¹⁾V: Jérôme Passa , Traité de droit de la propriété industrielle , Marques et autres signes distinctifs , Dessins et modèles , 2^{ème} éd , LGDJ , Paris, N°43 , 2009, p.56 . Gordon V. Smith , Russell L.Parr, Intellectual Property : Licensing and joint venture profit strategies ,second edition , John Wiley and Sons , Inc , United States of America , 1998, p.56 .

⁽²⁾ راجع: محمد الجبلاني البدوي الأزهرى، قانون النشاط الاقتصادي، المبادئ والقواعد العامة، الطبعة الأولى، المركز القومي للبحوث والدراسات العلمية ، الجماهيرية العربية الليبية، 1997 ، ص 304 .

⁽³⁾ عز الدين مرزا ناصر العباسي ، الإسم التجاري ، دراسة مقارنة ، الطبعة الثانية ، دار الحامد للنشر، الأردن، 2007، ص 170 . فوزي محمد سامي، مبادئ القانون التجاري، " وفق المنهاج الجديد لجامعة البلقاء التطبيقية" ، الطبعة الأولى ، دار المستقبل للنشر، الأردن، 1999 ، ص 96 .

الفرع الأول : وظائف العلامات التجارية

تبدو أهمية الدور الذي تقوم به العلامة التجارية من خلال الوظائف التي تقوم بها في إطار المنافسة بين المشروعات المماثلة أو المشابهة ، حيث تعتبر العلامة (1) :

أولا - رمزا يميز مصدر السلعة L'origine de produit أو الخدمات :

جرت العادة قديما على أن يضع الصانع علامة معينة على السلعة التي يصنعها لكي يبرز شخصيته للمشتري ، وبعد أن وصل الإنتاج إلى الحجم الكبير وزاد عدد المشروعات العملاقة ، فقد تطورت وظيفة العلامة من إبراز شخصية الصانع فأصبحت رمزا للدلالة على المشروع الجماعي الذي أنتج السلعة ، سواء أكان يعتمد على الصناعة اليدوية أم الآلية (2).

وقد أشارت نصوص التشريعات التي تناولت تعريف العلامة التجارية (3) إلى أنها أداة لتمييز المنتجات والبضائع والخدمات عما يشابهها ، حيث تناول المشرع الجزائري هذه الوظيفة في المادة الثانية من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية ، وكذلك المادة 711-1 من قانون الملكية الفرنسي والتي أشارت إلى أن العلامة التجارية هي أية إشارة يمكنها عن طريق التعبير بالرسم أن تميز السلع أو الخدمات التي ينتجها الأشخاص سواء أكانوا أشخاصا طبيعيين أم معنويين ، وكذلك تناول المشرع المصري في المادة 63 من قانون حماية الملكية الفكرية هذه الوظيفة .

(1) راجع : عبد الرحمن السيد قرمان ، الاتجاهات الحديثة في حماية العلامة التجارية المشهورة ، دراسة مقارنة ، الطبعة الثانية ، دار النهضة العربية، القاهرة، 2008 ، ص 4 . خالد محمد سعد الرشيد ، الحماية الجنائية للعلامات التجارية في النظام السعودي، دراسة تطبيقية، رسالة ماجستير، قسم العدالة الجنائية ، تخصص التشريع الجنائي الإسلامي ، كلية الدراسات العليا، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، الرياض ، 1424 هـ -2003 م ، ص 41 . وحي فاروق لقمان، الحماية القانونية للعلامة التجارية المسجلة ، مجلة القانون والاقتصاد ، كلية الحقوق ، جامعة القاهرة ، العدد الثمانون ، 2008 ، ص 15 .

(2) صلاح زين الدين ، العلامات التجارية ووطنيا و دوليا ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان، 2009، ص 41 . ناصر عبد الحليم السلامات ، الحماية الجزائية للعلامات التجارية ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2008 ، ص 22 .

(3) يجوز أن يشمل استعمال العلامة في تمييز المنتجات الزراعية والطبية على السواء ، ويعتبر حكم المادة 63 تطبيقا لما أقرته اتفاقية باريس الدولية المنعقدة في 20 مارس 1883 في مادتها الأولى فقرة 3 بقولها : " تؤخذ عبارة الملكية الصناعية بأوسع معانيها فلا يقتصر تطبيقها على الصناعات والتجارة بالمعنى الدقيق بل تشمل الشؤون المتعلقة بالصناعات الزراعية والاستخراجية وجميع المنتجات المصنوعة أو الطبيعية " . انظر: سمحة القليوبي، الملكية الصناعية ، المرجع السابق ، ص 477 .

ثانيا - وسيلة لضمان صفات معينة في المنتجات أو الخدمات التي تغطيها العلامة :

إن وضع علامة تجارية معينة على سلعة ما أو على أي مؤسسة تقدم خدمة ما، يعني لدى الجمهور ضمان جودة السلعة أو الخدمة ، ومن ثم غالبا ما ينظر المستهلك إلى العلامة التي تميز السلعة قبل أن يقرر شراءها من عدمه ، حيث تغني العلامة عن الفحص والبحث عن مدى الجودة ، لأن شهرة وسمعة العلامة تعني الجودة أو توافر الصفات التي يريدها الجمهور ، كما جرت العادة وثبت لدى المستهلك أن السلعة التي لا تحمل علامة تجارية تكون رديئة الصنع⁽¹⁾.

ثالثا - وسيلة لإعلان عن المنتجات والبضائع :

تلعب العلامة التجارية دورا مؤثرا في الترويج للمنتجات والسلع والخدمات فهي وسيلة من وسائل الإعلان ، حيث أنها تنطبع في أذهان الناس من خلال ترديدها في وسائل الإعلان المختلفة⁽²⁾ وهي بذلك نوع من الإعلان يهدف إلى تحديد هوية السلعة وإسم المنتج ، إذ أن تكرار الإعلان عن هذه العلامة يترك أثرا في المستهلك وتبقى العلامة راسخة في ذاكرته ويرغبه في شرائها ، بحيث يطلب المستهلك سلعة معينة يكون في الغالب قد ربط بين تلك العلامة من جهة وبين مميزات وصفات السلعة التي تحمل هذه العلامة من جهة أخرى ، وذلك تبعا لدعاية نشطة لتلك العلامة أو لتجربة سابقة لتلك السلعة أو الإثنتين معا⁽³⁾.

واختيار العلامة يتقرر مع الأخذ بنظر الاعتبار إمكانية استخدام هذه العلامة في الإعلانات المصورة والصوتية كالصحافة والملصقات والتلفزيون والراديو، والتي تزيد من شهرة العلامة ، فيقوم التاجر عادة باستشارة وكالات الإعلان المتخصصة ، حيث يراعي المختصون في اختيارهم لشكل العلامة عدة اعتبارات تهدف إلى لفت أنظار المستهلك بأن تكون ذات نغم موسيقي شائع أو كلمات قصيرة وبسيطة تقربه إلى نفوس المستهلكين وعقولهم .

(1) عبد الرحمن السيد قرمان ، المرجع السابق ، ص 5 .

V : Frédéric Pollaud-Dulian , Droit de la propriété industrielle , 2^{ème} éd , Economica , corpus droit privé , Paris, N° 71, 2011, p.40

(2) راجع : محمد السيد البدوي الدسوقي ، الترويج والإعلان ، مركز الإسكندرية للكتاب ، الإسكندرية، 2008 ، ص 44 .

(3) عبد الفضيل محمد أحمد ، الإعلان عن المنتجات والخدمات من الوجهة القانونية ، مكتبة الجلاء الجديدة ، المنصورة ، 1991 ، ص 3 . في حالة استعمال إعلان تجاري لعلامة تجارية مقلدة ، فما هو الحل؟ ، لمعرفة المزيد في هذا الخصوص راجع : هدى حامد قشقوش ، الإعلانات غير المشروعة Les publicités illégales في نطاق القانون الجنائي ، دار النهضة العربية، القاهرة ، 1998 ، ص 20 .

لهذا أصبح من الصعب تجاهل الدور المؤثر الذي تلعبه الدعاية في جذب العملاء إلى منتجات أو بضائع أو خدمات مشروع معين لحرص مالك المشروع على أن يؤكد للمستهلك من خلال الدعاية التي تفنن فيها أن منتجاته أو بضائعه هي الأفضل من غيرها⁽¹⁾ ، لذا فإنه من الأهمية بمكان خضوع هذه الإعلانات لنوع من الرقابة الموضوعية من قبل الجهات الرسمية المختصة .

رابعا - وسيلة من وسائل المنافسة المشروعة :

تعتبر العلامة التجارية عنصرا أساسيا في القطاع الاقتصادي عموما ، والقطاع التجاري خصوصا إذ تلعب دورا مميزا في تسويق المنتجات والبضائع والخدمات . وذلك بما لها من تأثير واسع على المستهلك الذي يرغب في سلعة أو خدمة ما تحمل علامة تجارية معينة هي المفضلة حسب اعتقاده .

كما تحتل العلامة التجارية مكانة هامة ومميزة بين حقوق الملكية الصناعية والتجارية الأخرى فقد أصبحت لها قيمة إضافية لقيمة المحل التجاري ، خاصة إذا كانت العلامة تشكل أحد عناصرها المعنوية المكونة لها . فهي تعتبر وسيلة هامة من وسائل المنافسة التجارية النزيهة والمشروعة لأنها تهدف إلى اجتذاب المستهلكين والعملاء .

فالعلامة التجارية تخدم الصانع والتاجر ومقدم الخدمة ، الذي يقوم بإنتاج أو توزيع السلعة أو البضاعة أو تقديم الخدمة التي تحملها العلامة ، فهي تمكن من إبراز الخصائص التي تتمتع بها المنتجات والخدمات⁽²⁾ . وهناك عدة عوامل تعمل على تحديد الأهمية الاقتصادية للعلامة التجارية كمدى تميز العلامة، ومدى استعمالها وصعوبة تقليدها .

فتميز العلامة التجارية يساعد الصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة على الاحتفاظ بزبائنه وجذب زبائن آخرين ، وهذا يعمل على تشجيع المنافسة الشريفة بين التجار مما ينعكس على نوعية الإنتاج وانخفاض الأسعار، ويشجع التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة على الاستمرار في إنتاج البضاعة أو الخدمة التي وصلت إلى رضا المستهلك من خلال إقباله على التعامل معها بنفس الجودة أو أكثر .

(1) راجع : عمار طهرات ، قضايا الملكية الفكرية المتعلقة بالتجارة وإشكالية انتهاكها بالجزائر، رسالة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم التجارية، جامعة مستغانم ، نشر 2006 / 2007 ، ص 74 . أحمد السعيد الزقرد ، الحماية القانونية من الخداع الإعلاني في القانون الكويتي والمقارن ، مجلة الحقوق ، جامعة الكويت ، السنة 19 ، رجب 1416 ، ص 148 .

(2) ميلود سلامي ، النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية ، أطروحة دكتوراه في العلوم القانونية ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة الحاج لخضر، باتنة ، 2011 / 2012 ، ص 20 .

الفرع الثاني : صور العلامات

يمكن تقسيم العلامات إلى علامات تجارية وأخرى صناعية⁽¹⁾، في حين يمكن تقسيمها إلى علامات مانعة وأخرى احتياطية⁽²⁾، وهناك من يرى إمكانية تقسيمها إلى علامات فردية وعلامات جماعية⁽³⁾. وهناك من يرى⁽⁴⁾ أن العلامات نوعان : علامة المنتجات وعلامة الخدمة . وإلى جانب هذه العلامات العادية هناك صورة أخرى للعلامة وهي العلامة المشهورة ، سنتطرق إليها على النحو التالي :

أولا - أنواع العلامات العادية

هنا سنتحدث عن أنواع العلامات العادية على النحو الآتي :

1 - العلامة الصناعية :

تنتمي العلامة الصناعية إلى المشاريع الصناعية التي تصنع منتجات وتختار علامة لها ، وتظهر مشكلة في هذه العلامة إذ يصنع المنتج من مواد أولية لها علامة أيضا ، فيكون ملزما باختيار علامة خاصة به مع المحافظة على علامة المواد الأولية . وتصبح العلامة مركبة ويطلق على العلامة الأولى العلامة المرافقة. وهي العلامة التي يضعها الصانع لتمييز المنتجات التي يقوم بصنعها عن مثيلاتها من المنتجات الأخرى⁽⁵⁾ .

(1) راجع : ناصر عبد الحافظ محمد ، الجرائم الذهنية في قانون حماية الملكية الفكرية ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2012 ، ص 30 .

(2) مصطفى كمال طه ، القانون التجاري ، منشأة المعارف ، الإسكندرية ، 1966 ، ص 729 .

(3) محمد حسني عباس ، الملكية الصناعية والمحل التجاري ، المرجع السابق ، ص 277 .

(4) حسام الدين عبد الغني الصغير ، الترخيص باستعمال العلامة التجارية ، المرجع السابق ، ص 17 .

(5) فرحة زراوي صالح ، الكامل في القانون التجاري الجزائري - الحقوق الفكرية - ، نشر وتوزيع ابن خلدون ، وهران ، 2003 ، ص 201 .

V : Albert Chavanne , Jean – jacques Burst , Droit de la propriété industrielle , 5^e édition , Dalloz Delta , 1998 , p 481 .

2 - العلامة التجارية :

يستخدم التجار العلامة التجارية في تمييز المنتجات التي يقومون ببيعها بعد شرائها سواء من تاجر الجملة أو من المنتج مباشرة بصرف النظر عن مصدر الإنتاج⁽¹⁾ .

كما تهدف إلى تأمين توزيع المنتج لا بيان جهة تصنيفه ، بحيث تعطي فرصة للمستهلك في اختيار المنتج الذي يفضله بالنظر لعلامته التجارية ومعرفة مصدر موزعه إذا كان محلا كبيرا أو محلا صغيرا ، وقد نص عليها المشرع المصري في المادة 62 من قانون حماية الملكية الفكرية .

يبدو هنا من الأفضل الأخذ بالمفهوم الواسع للبضائع أو السلع سواء كانت نتيجة عمل صناعي أو تجاري أو من مستخرجات الأرض⁽²⁾ ، وهذا ما تبناه المشرع الجزائري .

3 - علامة الملكية :

علامة الملكية تعني العلامة الدالة على ملكية أموال منقولة معينة لشخص معين ، أي أنها تدل على المالك ، ويتم استعمالها من قبل أشخاص يتاجرون بالبضائع⁽³⁾ .

(1) راجع : محمد مصطفى عبد الصادق ، الحماية القانونية للعلامات التجارية إقليمية ودوليا ، دراسة مقارنة ، دار الفكر والقانون ، المنصورة، 2011 ، ص 17 . وهيبه لعوارم بن أحمد ، جريمة تقليد العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري ، الطبعة الأولى ، مكتبة الوفاء القانونية ، مصر ، 2015 ، ص 65 .

(2) تامر حيان قضاة ، الحق في العلامة التجارية في القانونين (المصري والأردني) ، رسالة ماجستير ، جامعة القاهرة، نشر 2004 ، ص 19 .

(3) J. H. Merchant , Trade Marks past and present , Journal of the patent office society, vol . 36 , 1954 , p . 341 .

4 - علامة الخدمة :

تستخدم علامة الخدمة من التجار الذين يقدمون خدمات للجمهور، والهدف هو إبراز الخدمة بشكل محسوس ، مثل بطاقة على حقائب المسافرين أو على غرف المقيمين في الفنادق، وتقترب هذه العلامة من الاسم التجاري ويحصل بينهما لبس أحيانا. فهي الإشارة التي يستخدمها مقدم خدمة معينة، لتمييز لهذه الأخيرة عن الخدمات التي يقدمها الآخرون⁽¹⁾ .

توضع علامة الخدمة على الأشياء التي يستخدمها المشروع ولا تظهر على المنتجات ، كما توضع رمزا مميزا على ملابس العاملين ؛ مثال ذلك العلامة المميزة لشركة خطوط الجوية الجزائرية والمتمثلة في Air Algerie باللون الأحمر، فهذه العلامة توضع على الطائرات وسيارات نقل المسافرين وأدوات الطعام وأزياء العاملين⁽²⁾ . وينتشر عادة استعمال هذه العلامة لدى منشآت السياحة ومنشآت الدعاية والإعلان ، وشركات السينما والفنادق⁽³⁾ .

كما اعتبر المشرع الجزائري⁽⁴⁾ هذه العلامات نوعا من أنواع العلامات التجارية بقوله في المادة 1/2 من الأمر رقم 03-06 : " ... تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات ... " .

أما المشرع المصري فقد ذكر هذا النوع من العلامات في نص المادة 63 من قانون حماية الملكية الفكرية رقم 82 لسنة 2002 .

(1) صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا ، المرجع السابق ، ص 72 .

V : Eugène Pouillet , Traité des marques de fabrique et de la concurrence déloyale en tous genres , 6 éme éd , LGDJ , Paris , N ° 1 , 1912 , p. 2 .

(2) راجع : ولد قادة مختار، حماية العلامة التجارية في ظل القانون الجزائري واتفاقية الجوانب المتعلقة بالتجارة من

الحقوق الملكية الفكرية " تريس " ، دراسة مقارنة ، رسالة ماجستير ، جامعة القاهرة ، نشر 2008 ، ص 25 .

(3) محمد حسني عباس ، الملكية الصناعية والمحل التجاري ، المرجع السابق ، ص 281 .

(4) الجليلي عجة ، منازعات العلامات الصناعية و التجارية ، المرجع السابق ، ص 19 .

5 - العلامات الجماعية :

العلامات الجماعية هي العلامة التي يستعملها شخص اعتباري لتصديق مصدر بضائع ليست من صنعه أو المواد المصنوعة منها أوجدتها أو طريقة إنتاجها أو الدقة المتبعة في صنعها أو غير ذلك من مميزات وخصائص لتلك البضائع (1) .

وقد أفرد المشرع الجزائري عنوانا مستقلا للعلامات الجماعية (2) في المادة 2/2 من الأمر رقم 03-06 الخاص بالعلامات التجارية، حيث جاء تعريف التشريع الجزائري للعلامة الجماعية متوافقا مع ما أكدت عليه اتفاقية باريس (3)، ويبدو أنه أحسن في تعريفه للعلامات الجماعية ولم يخالف بذلك أحكام اتفاقية تريس . كما أشار قانون الملكية الصناعية الفرنسي لهذا النوع من العلامات في المادة 1-715 من القانون رقم 92-597 المؤرخ في 01-07-1992 (4). وفي المقابل عرف المشرع المصري العلامات الجماعية في المادة 69 من قانون حماية الملكية الفكرية (5) .

6 - علامة الرقابة :

هي العلامة التي يستدل فيها على مصدر البضائع وطبيعتها وجودتها وطريقة صنعها ونوعيتها . فالهدف من العلامة الرقابية هو إظهار أن البضائع التي وضعت عليها قد جرى فحصها وتصديقها من قبل جهة مؤهلة لذلك (6). ويمكن الفهم من نص المادة 2/2 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية (7) أن المشرع الجزائري تطرق لهذه العلامة بطريقة غير صريحة .

(1) وائل محمد رفعت، التسجيل الدولي للعلامات التجارية، الطبعة الأولى ، مكتبة القانون والاقتصاد ، الرياض، 2015، ص 67 .

(2) Mabrouk Hocine, Code de la propriété intellectuelle , édition houma , Alger , 2007, p.126.

راجع : الجيلالي عجة ، الوجيز في قانون الملكية الفكرية ، دار الخلدونية ، الجزائر، 2006 ، ص 157 .
(3) انضمت الجزائر إلى اتفاقية باريس بموجب الأمر رقم 66-48 المؤرخ في 25 فبراير 1966 والمتضمن انضمام الجزائر إلى اتفاقية باريس لحماية الملكية الفكرية المؤرخة في 20 مارس 1883 والمعدلة بالجريدة الرسمية 25 فبراير 1966 عدد 16 ص 198 . راجع : محمد حسان عبد المجيد الحداد ، الآليات الدولية لحماية حقوق الملكية الصناعية وأثرها الاقتصادي، دراسة مقارنة بالشريعة الإسلامية، دار الكتب القانونية، مصر، 2011 ، ص 62 .

(4) قانون 92-597 المؤرخ في 01-07-1992 وآخر تعديل له في 24 جانفي 2009 .
(5) وزارة الخارجية ، جمهورية مصر العربية وحماية حقوق الملكية الفكرية ، الطبعة الأولى ، مكتبة الآداب ، القاهرة، 2006 ، ص 45 .

(6) صلاح زين الدين ، العلامات التجارية وطنيا ودوليا ، المرجع السابق ، ص 74 .
(7) كما اعتبر المشرع الفرنسي علامة الرقابة أحد صور العلامات الجماعية ووضع شروطا لتسجيل تلك العلامة . وأشار المشرع المصري إلى علامة رقابة المنتجات في المادة 70 من قانون حماية الملكية الفكرية .

7 - العلامات التجارية المانعة والاحتياطية :

هي العلامات التي يسجلها صاحب المشروع ، لكن هناك فرق جوهري بين هذه العلامات وهذا ما سنتطرق إليه بالتفصيل :

أ- العلامات التجارية المانعة :

يسجل صاحب المشروع هذه العلامات بقصد منع غيره من استعمالها ، ويحدث ذلك عندما يتخذ صاحب المشروع علامة مميزة لمنتجاته ، ويسجلها ويستعملها فعلا ، إلا أنه يخشى من أن يسجل شخصا آخر علامة مشابهة لها فيعمد إلى تسجيل عدة علامات مقاربة بقصد احتكار استعمالها⁽¹⁾ .

لم يذكر المشرع الجزائري في الأمر رقم 03-06 المدة التي يجب أن تستغل فيها العلامة التجارية من تاريخ إيداع تسجيلها . ويمكن تسجيل علامات مانعة من أجل منع الغير من استعمالها، أوتسجيلها مسبقا شريطة استيفاء شروط التسجيل وسبق الإيداع⁽²⁾ .

ب- العلامات التجارية الاحتياطية :

قد يسجل صاحب المشروع هذه العلامات ، بحيث يستعمل إحداها ويحتفظ بالأخرى التي سجلها لاستعمالها لتمييز منتجات أخرى من نفس الفئة أو من نفس النوع مع اختلاف صفات المنتجات أو مرتبتها. فقد يسجل صاحب مصنع حقائب جلدية أصنافا عدة كعلامات تجارية في آن واحد، وبعد فترة يبدأ بإنتاج نوع آخر من الحقائب ويستعمل علامة أخرى سبق وأن سجلها واحتفظ بها لأجل هذا الغرض ، ثم ينتج نوعا آخر من الحقائب ويستعمل علامة تالفة سبق وأن ادخرها لهذه المنتجات⁽³⁾ .

(1) محمد حسني عباس ، الملكية الصناعية والمحل التجاري ، المرجع السابق ، ص 278 .

(2) المادة 6 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية الجزائري : " ما عدا في حالة انتهاك الحق فإن العلامة ملك للشخص الأول الذي يستوفي الشروط المحددة لصحة الإيداع أو الشخص الذي أثبت أقدم أولوية لإيداعه" .

(3) ناصر عبد الحليم السلامة ، الحماية الجزائية للعلامات التجارية ، المرجع السابق، ص 36 .

ثانيا - العلامة المشهورة

هي العلامة التجارية ذات الشهرة العالمية التي تجاوزت شهرتها البلد الأصلي الذي سجلت فيه واكتسبت شهرة في القطاع المعني من الجمهور في بلد آخر .

فهذه العلامة ليست في الأصل سوى علامة عادية ثم أخذت تنتشر في الأسواق، وهي مرتبطة بمنتجات أوخدمات ذات جودة مميزة من مصدر محدد ومعلوم⁽¹⁾ . إذ أصبحت العلامات التي اكتسبت شهرة عالمية⁽²⁾ عرضة لشتى الانتهاكات قصد الاستفادة ماديا من شهرتها بدون وجه حق .

1 -تعريف العلامة المشهورة :

تعرف العلامة المشهورة بأنها العلامة المعروفة لقطاع واسع من الجمهور وتتمتع بمكانة مرموقة وسمعة طيبة⁽³⁾. أي أن تكون العلامة ذات شهرة عالمية ، تجاوزت شهرتها البلد الأصلي الذي سجلت فيه ، وأن تكون كذلك قد اكتسبت شهرة لدى جمهور القطاع المعني بالعلامة⁽⁴⁾ .

على ذلك يتكون المعيار الذي تقاس على أساسه شهرة العلامة من ثلاثة عناصر: الأول موضوعي، وهو يتعلق بمدى قدم العلامة التجارية ومستوى الدعاية والإعلان عنها ودرجة جاذبيتها وارتباط الجمهور بها . والثاني شخصي ، ويتعلق بمدى معرفة العلامة لدى الجمهور . والثالث مكاني، ويتعلق بمدى انتشار العلامة من حيث المكان، أي على مستوى الدول .

(1) صلاح زين الدين ، العلامات التجارية وطنيا ودوليا ، المرجع السابق ، ص 79 .

(2) راجع : سهير لطفي ، ندوة الجرائم الاقتصادية المستحدثة ، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية قسم بحوث الجريمة ، القاهرة، 1994 ، ص 513 .

(3) دائرة القضاء، الاتفاقيات الدولية بشأن الملكية الفكرية، سلسلة الاتفاقيات الدولية، الطبعة الأولى، حقوق النشر محفوظة لدائرة القضاء ، أبو ظبي، 2012 ، ص 59 .

(4) صلاح سلمان زين الدين ، ترقين العلامة التجارية في القانون الأردني، مجلة الحقوق، الكويت، العدد الرابع، السنة الثالثة والثلاثون ، محرم 1431 هـ - ديسمبر 2009 م ، ص 175 .

2 - موقف التشريع من العلامة المشهورة :

تعتبر شهرة العلامة التجارية La notoriété de la marque شرطا أوليا وضروريا لكي يستفيد مالکها من الحماية الموسعة المقررة في المادة 68 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري ، والمادة 5-713 من تقنين الملكية الفكرية الفرنسي. وبالرغم من ذلك فلم يهتم المشرعون بوضع تعريف للعلامة المشهورة أو تحديد المعيار الذي تقاس على أساسه شهرة العلامة . ولذلك تولى الفقه والقضاء القيام بما لم يقم به المشرع ، كما قامت الهيئات الدولية المعنية بحقوق الملكية الفكرية ، وخاصة المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) بإصدار توصيات وقواعد إرشادية للدول تقتدي بها عند إصدار تشريعاتها المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية .

إن المشرع الفرنسي لم يضع تعريفا للعلامة المشهورة إلا أنه طبقا للمادة 5-713 من تقنين الملكية الفكرية يميز بين نوعين من العلامات المشهورة حيث نصت الفقرة الأولى من هذه المادة على حماية العلامة المعروفة ⁽¹⁾ La marque jouissant d'une renommée وهي علامة مشهورة في فرنسا ومسجلة بها .

⁽¹⁾ Article L.713-5 C. Fr. Propr. Intell (modifier par Art .2 ordonnance n° 2008-1301 du 11 décembre 2008) : « La reproduction ou l'imitation d'une marque jouissant d'une renommée pour des produits ou services non similaires à ceux désignés ... » . v : Jacques Azéma , Jean-christophe Galloux ,Propriété industrielle , Droit sur les signes distinctifs , Revue trimestrielle de droit commercial et de droit économique , Dalloz , n° 1 , Janvier / mars 2004, p. 91 . Yves Reboul , Propriété industrielle , Le droit de marque à l ' aube du 3 millénaire ,JCP- La semaine juridique entreprise et affaires , n° 4 , 27 Janvier 2000, p. 123 . Christophe Caron , Marques , Conditions strictes de protection du titulaire d ' une marque notoire , JCP – la semaine juridique entreprise et affaires, n°5, 1Février 2001 , p. 227 . Marie – Eugénie Laporte – legeais , Marques , Clair – obscur sur la marque renommée : Dix ans d 'application de la loi du 4 Janvier 1991 , JCP – la semaine juridique entreprise et affaires , n° 39 , 27 septembre 2001 , p. 1514 . J. Daleau , Propriété intellectuelle , Recueil Dalloz , n° 19 , 2008 , p. 1274 .

أما النوع الثاني فهو العلامة شائعة الشهرة *La marque notoirement connue* ، وقد خصص لها المشرع الفرنسي الفقرة الثانية من المادة 713-5 ، وهي علامة مشهورة في فرنسا ولكنها غير مسجلة بها⁽¹⁾.

المشرع الجزائري سلك مسلك نظيره الفرنسي فأرسى قواعد خاصة لحماية العلامة المشهورة حيث ذكر في المادة 8/7 من الأمر رقم 03-06 أنه : " يرفض تسجيل الرموز المماثلة أوالمشابهة لعلامة تتميز بالشهرة في الجزائر".

إذا لم يضع المشرع الجزائري مفهوما واضحا بمعنى الشهرة في الجزائر، ولم يذكر أي معنى للشهرة العالمية بل قصرها على الجزائر⁽²⁾ .

أما المشرع المصري فقد استعمل في المادة 68 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية⁽³⁾ مصطلح " العلامة التجارية المشهورة " دون تفرقة بين المشهورة عالميا وفي جمهورية مصر العربية والتي حظرت الفقرة الأولى من هذه المادة تسجيل أو استعمال أية علامة مطابقة لهذه العلامة المشهورة لتمييز منتجات تماثل المنتجات التي تستخدم العلامة المشهورة لتمييزها، وذلك رغم عدم تسجيل هذه العلامة المشهورة في مصر .

يبدو موقف المشرع المصري أكثر توفيقا من المشرعين الجزائري والفرنسي ، حيث استخدم الأول مصطلحا واحدا هو " العلامة المشهورة " دون تمييز في التسمية بين العلامة المشهورة غير المسجلة في مصر والعلامة المشهورة المسجلة في مصر، رغم ما يوجد من اختلاف في نطاق وشروط حماية كل منهما ، وذلك بعكس المشرعين الجزائري والفرنسي حيث استعملا تسمية مختلفة .

⁽¹⁾ Article L.713-5 C. Fr. Propr. Intell (modifier par Art .2 ordonnance n° 2008-1301 du 11 décembre 2008) : « Les dispositions de l'alinéa précédent sont applicables à la reproduction ou l'imitation d'une marque notoirement connue au sens de l'article 6 bis de la convention de Paris pour la protection de la propriété industrielle précitée “ .

⁽²⁾ راجع : ميلود سلامي، العلامة التجارية المشهورة في القانون الجزائري، دفا تر السياسة والقانون، جامعة باتنة، العدد4، جانفي 2011 ، ص 164 .

⁽³⁾ تنص المادة 68 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري على مايلي : " يكون لصاحب العلامة التجارية المشهورة عالميا وفي جمهورية مصر العربية حق التمتع بالحماية المقررة في هذا القانون ولو لم تسجل في جمهورية مصر العربية ... " .

من خلال استقراء النصوص الخاصة بالعلامة المشهورة نستنتج بأن مالك هذه العلامة يتمتع بالحماية المدنية والحماية الجزائية التي يقرها القانون لمالك العلامة المسجلة في مصر، وبالتالي قيام المسؤولية الجزائية في حق مرتكبي جرائم التعدي على العلامة التجارية، رغم أن ما استقر عليه الرأي أن الأمر يقتصر على الحماية المدنية دون الحماية الجزائية التي لا يتمتع بها إلا مالك العلامة التجارية المسجلة في مصر. وهو ذات الحكم الذي استقر عليه الرأي في فرنسا، ونص عليه المشرع الفرنسي صراحة في المادة 713-5 من تقنين الملكية الفكرية الفرنسي .

أما المشرع الجزائري فقد ذكر في المادة 8/7 من الأمر رقم 06 /03 المتعلق بالعلامات التجارية أنه تستثنى من التسجيل الرموز المماثلة أوالمشابهة لعلامة أو لإسم تجاري يتميز بالشهرة في الجزائر ...؛ وهنا يعتقد بأنه يمكن للمشرع الجزائري أن يستحدث نصا يعاقب فيه على استخدام العلامات المماثلة أوالمشابهة لعلامة مشهورة في الجزائر، حيث أنه قد حظر تسجيلها .

إلا أن المشرع الفرنسي لم ينص على استخدام العلامة المشهورة في بضائع أوخدمات غير مشابهة أو مماثلة كما هو في اتفاقية تريس ، بل جاء النص عاما ولم يحدد نطاقا للعلامة المشهورة سوى أن المادة 714-4⁽¹⁾ أشارت إلى العلامة المشهورة المنصوص عليها في المادة 6 من اتفاقية باريس ؛ ومعنى ذلك أن المشرع الفرنسي تجنب النصوص التي وردت في اتفاقية تريس .

وقد ثار الخلاف حول إمكانية حدوث الاعتداء على العلامة المشهورة في حالة استخدامها على بضائع أوخدمات غير مشابهة ، خاصة أنه من المبادئ الأساسية لحماية العلامة أن ترد على بضائع أوخدمات مشابهة أو مماثلة فإذا وسعنا من نطاق حماية العلامة خارج ذلك فسوف نهدم مبدأ خصوصية العلامة القائم على تمييز بضائع وخدمات عن ما يماثلها .

⁽¹⁾ Article L714-4 C. Fr. Propr. Intell créé par Loi 92-597 1992-07-01 annexe JORF 3 juillet 1992 :

“ L'action en nullité ouverte au propriétaire d'une marque notoirement connue au sens de l'article 6 bis de la convention de Paris pour la protection de la propriété industrielle se prescrit par cinq ans à compter de la date d'enregistrement, à moins que ce dernier n'ait été demandé de mauvaise foi “ .

في المقابل تحدد اتفاقية "تريس" معيارا غير واضح ، حيث يعتقد أنه إذا كان استخدام العلامة المشهورة في بضائع غير مماثلة توحى للجمهور بالصلة بين تلك السلع أوالخدمات وصاحب العلامة المشهورة يؤدي إلى تضرر مصالح صاحب العلامة فإن القول يعد تقليدا (1).

إلا أن التشريع الفرنسي لم يشر إلى هذه الحالة مما أثار جدلا فقهيًا وقضائيا في فرنسا، لأنه يمس مبدأ خصوصية العلامة . فذهبت محكمة Bordeaux إلى أن استخدام علامة مشهورة على بضائع أوخدمات غير مشابهة لا يعد تقليدا طبقا لقانون حماية العلامة التجارية بل هو صورة من صور المنافسة غير المشروعة إذا قامت شروطها(2). غير أن محكمة باريس في إحدى قراراتها، عدت استخدام علامة مشهورة في بضائع غير مشابهة تقليدا إذ ذهبت إلى إلزام شركة " Mazda " للسيارات بوضع كلمة Automobile إلى جانب كلمة Mazda (3).

ذهب الفقه الفرنسي إلى حل وسط وهو في حالة توفر لدى المعتدي نية الإضرار بصاحب العلامة المشهورة تطبق قواعد التقليد ، لأنه يسعى إلى جعل العلامة شائعة لا أهمية لها وهذا يعد تقليدا . وهنا يعد خروجاً على قواعد العلامة القائمة في الأساس على منع اللبس لدى الجمهور وليس على فكرة الضرر، وهو رجوع بطريقة أو بأخرى إلى قواعد المنافسة غير المشروعة (4).

أخيرا يمكن القول أنه أي علامة تحمل علامة مشهورة لا يجوز تسجيلها وإذا تم ذلك يجوز لصاحب العلامة المشهورة المطالبة بشطبها خلال المدة المحددة قانونا من تاريخ تسجيلها، لأن ذلك يؤدي إلى لبس لدى الجمهور والإضرار بمالكها .

(1) راجع : نوري حمد خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية، الملكية الصناعية، دراسة مقارنة بين القانون الأردني والإماراتي والفرنسي، الطبعة الأولى ، دار وائل للنشر ،الأردن، 2005 ، ص 290 -293 .

(2) CA Bordeaux , 17 juin 1985 m. Ann 1985, p.16.

(3) CA Paris , 19 oct 1972 RTD.com 1971, p.323.

(4) Laure Marino , Droit de la propriété intellectuelle , Thémis droit , 1^{er} éd , 2013, p.356 .

انطلاقاً مما سبق يمكن القول بأن العلامات التجارية ليست مجرد إشارة تحملها السلع والخدمات لتجنب الخلط بينها وبين سلع وخدمات مماثلة، ولكنها تعتبر أيضاً في حالات كثيرة شهادة للجودة ومؤشراً السمعة التي تكتسبها المنتجات⁽¹⁾. والأصل أن العلامة التجارية جزء من المحل التجاري، وأن بيع المحل التجاري يشملها ولو لم ينص على ذلك في عقد البيع باعتبارها من توابع المحل التجاري وجزء لا يتجزأ منه بوصفها متصلة به ومن مستلزماته التي يتحقق فيها عنصر الاتصال بالعملاء⁽²⁾.

كما أن جريمة تقليد أو تزوير العلامات التجارية تلحق أضراراً بالمستهلك الذي قد يقبل على شراء سلعة أو طلب خدمة ما يثق في جودتها وكفاءتها، بينما لا تتعدى هذه أن تكون مجرد تقليد رديء للسلعة الأصلية، ولكن تحمل نفس الاسم والعلامة التجارية أو علامة مشابهة لها إلى حد التطابق، الأمر الذي يؤدي إلى إفساد سمعة الشركة مالكة العلامة وتضليل المستهلك في ذات الوقت.

وبتحقق كل أركان جريمة تقليد العلامة التجارية أو تزويرها تقوم المسؤولية الجزائية في حق مرتكب هذه الجريمة.

(1) خليل فيكتور تادرس، الوجيز في القانون التجاري، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006، ص 244. ولمعرفة التمييز بين العلامة التجارية وبين بعض عناصر الملكية الصناعية راجع: ثروت علي عبد الرحيم، شرح القانون التجاري المصري الجديد، الطبعة الثالثة، دار النهضة العربية، القاهرة، 2000، ص 235. عصام أحمد البهجي، حقوق الملكية الفكرية للأصناف النباتية المعدلة وراثياً، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2007، ص 25.

(2) المادة 78 من القانون التجاري الجزائري.

المبحث الثاني

النظام القانوني المطبق على العلامات التجارية لقيام المسؤولية الجزائية

حتى تقوم المسؤولية الجزائية في حق مرتكب جرائم التعدي على العلامات التجارية ، يجب أن تتحقق مجموعة من الشروط⁽¹⁾ في هذه العلامة إذ لا بد أن تكون هذه الأخيرة ذات صفة مميزة ، وأن تكون جديدة لم يسبق استعمالها، وألا تكون منافية للآداب العامة أوالنظام العام ، إضافة إلى توفر أهم شرط ألا وهو التسجيل حتى يمكن حمايتها جزائيا⁽²⁾.

على أن دراستنا لهذه الشروط لن تكون مجرد دراسة نظرية تكفي بتبيان موقف التشريعات الجنائية منها، وإنما سنتبع المنهج التحليلي لتقدير الوضع التشريعي الحالي ومدى حاجته للتعديل، وحتى تكون هذه الشروط في حد ذاتها ضمانا كافية لقيام المسؤولية الجزائية لمرتكبي جرائم العلامات التجارية . والحديث عن شروط حماية العلامة التجارية يتضمن الحديث عن شروطها الموضوعية والشكلية ، لهذا سنتطرق إليها بمزيد من التفصيل حيث سنتناول في المطلب الأول الشروط الموضوعية للعلامات التجارية ، وفي المطلب الثاني الشروط الشكلية للعلامات التجارية .

(1) وهذه الشروط لا بد أن تتوفر في العلامات المستخدمة في التجارة الإلكترونية ، وتفيد العلامات التجارية في تمييز المنتجات التي تعرض على شبكة الإنترنت عن بعضها فضلا عن الدعاية لهذه المنتجات. كما تفيد المستهلكين في مجال التجارة الإلكترونية في التعرف على ما يفضلونه من سلع وبضائع وهو ما يدفع المنتجين إلى بذل أقصى جهد لتحسين منتجاتهم لتتفوق على غيرها . راجع : إبراهيم أحمد إبراهيم ، التجارة الإلكترونية والملكية الفكرية ، المحاماة ، العدد الأول، 2001 ، ص 595 . حسام الدين كامل الأهواني ، حماية حقوق الملكية الفكرية في مجال الإنترنت ورقة عمل ، مؤتمر الملكية الفكرية، جامعة اليرموك ، الأردن، 10 / 7 / 2000 ، ص 20 . حسن أحمد عبيد ، المردود الاقتصادي للتجارة الإلكترونية ، مؤتمر المركز الدولي للتنمية حول التجارة الإلكترونية ، يونيو 2000 ، ص 7 . أسامة نائل المحيسن ، الوجيز في حقوق الملكية الفكرية ، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2011 ، ص 37 . محمد حسنين، الوجيز في الملكية الفكرية ، المؤسسة الوطنية للكتاب ، الجزائر، 1985 ، ص 199 .

(2) Nathalie Dreyfus , Béatrice Thomas , Marques , Dessins et modèles , Protection défense , valorisation, 2^{ème} éd , Delmas , 2006, p.153 . Emilie Bouchet-Le mappian , Propriété intellectuelle et droit de propriété , Doit comparé , Presses Universitaires de Rennes , Leroy , 2013 , p.310.

المطلب الأول

الشروط الموضوعية للعلامات التجارية

تعد العلامة من قبيل المنقولات المعنوية التي تدخل في تكوين العناصر المعنوية للمتجر أوالمصنع ، إلا أن اعتبارها كذلك يتوقف على نوع النشاط التجاري أوالصناعي موضوع الاستغلال ، وقد تعتبر أحد العناصر الأساسية لبعض أوجه النشاط التجاري أوالصناعي، وقد تكون السبب الرئيسي في الاحتفاظ بعملاء هذا المتجر إذا كانت هذه العلامة التي تميز منتجاته هي السبب في إقبال العملاء عليه (1) .

كما تحتل العلامة التجارية مكانة هامة ومميزة بين حقوق الملكية الصناعية والتجارية الأخرى إذ أصبحت لها قيمة إضافية لقيمة المحل التجاري ، خاصة إذا كانت العلامة تشكل أحد عناصرها المعنوية المكونة لها . فهي تعتبر وسيلة هامة من وسائل المنافسة التجارية النزيهة والمشروعة لأنها تهدف إلى اجتذاب العملاء .

وحتى تتمتع هذه العلامة بالحماية القانونية يجب أن تتوفر على عدة شروط ، إذ لا بد أن تكون ذات صفة مميزة ، وأن تكون جديدة لم يسبق استعمالها، وألا تكون منافية للآداب العامة أوالنظام العام(2). فالمبدأ العام في قانون العلامات التجارية يكمن في حماية مالك العلامة والجمهور من الغش والخداع الواقع على العلامة ، وإسناد المسؤولية الجزائية لمرتكبي جرائم الاعتداء على العلامة التجارية.

(1) راجع : محمد بهجت عبد الله قايد ، القانون التجاري ، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية ، القاهرة، بدون سنة نشر، ص 169 .

(2) محمد السيد الفقي، دروس في القانون التجاري الجديد، دار المطبوعات الجامعية ، الإسكندرية، 2000 ، ص 344. عبد الله عبد الكريم عبد الله ، الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية على شبكة الإنترنت ، دراسة في الأطر القانونية للحماية مع شرح النظام القانوني للملكية الفكرية في التشريعات المصرية والأردنية والأوروبية والأمريكية ومعاهدتي الإنترنت، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية ، 2008 ، ص 77. باسم أحمد عوض، الملكية الفكرية والعصر الرقمي ، مكتبة الإسكندرية، الإسكندرية ، الفترة من 7 إلى 8 سبتمبر 2006 ، ص 10. عبد القادر عزت، القانون التجاري، النسر الذهبي ، القاهرة ، 1997، ص 104 . فاروق أحمد زاهر، القانون التجاري المصري ، مقدمات في القانون التجاري ، نظرية الالتزامات التجارية ، التاجر، الأموال التجارية ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2005 ، ص 374 .

الفرع الأول : الطابع المميز للعلامات التجارية

يجب أن تؤدي العلامة وظيفتها الجوهرية وهي تمييز البضاعة أو الخدمة عن غيرها المنافسة، فيتخذ التاجر شكلا لعلامته يمكن الجمهور من التعرف على منتجه أو خدمته وسط المنتجات أو الخدمات، على أن يكون من نفس الطبيعة التي يعرضها التجار المنافسون⁽¹⁾. إذ لا يمكن تقرير حق خاص على العلامة وإحاطته بالحماية القانونية، إلا إذا كانت للعلامة ذاتية خاصة وصفة متميزة، حتى يمكن تعيين محل الحق ورسم حدوده على وجه الدقة. فإذا اتخذ تاجر علامة لتمييز منتجاته رمزا أورسما أو صورة أو كلمة أو حرفا ذائعا معروفا، فلا يجوز أن يدعي عليه بحق خاص إلا إذا أضاف إليه أشياء تجعله متميزا⁽²⁾.

أجمعت معظم التشريعات على ضرورة وجود الصفة المميزة للعلامة التجارية حتى تكون محلا للحماية القانونية ومنها الجزائية أيا كان شكلها. ويتوفر هذا الشرط يمكن أن تقوم المسؤولية الجزائية في حق مرتكب جرائم التعدي على العلامات التجارية.

وقد كان التشريع الجزائري من بين التشريعات التي أكدت على شرط الطابع المميز للعلامة التجارية، حيث نص المشرع الجزائري في المادة 2 من الأمر رقم 03-06 السابق ذكره على أن: "العلامات: كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي... التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات...". كما استبعد المشرع الجزائري الرموز الخاصة بالملك العام أو المجردة من صفة التمييز.

تأسيسا على هذا لا تتمتع بالحماية القانونية العلامة التي تركز على شكل شائع أو بيانات مستعملة بصورة عادية في التجارة للدلالة على صفة المنتجات. ولحماية الجمهور من الوقوع في أي خلط أو لبس لا يمكن أن تستعمل أية تسمية، ومن ثم إذا صنعت المنتجات في الجزائر يجب ألا توضع عليها علامة لندن أو فرنسا خاصة إذا استعملت العلامة للدلالة على منتجات جزائرية تشبه منتجات أجنبية مثلا: "قهوة فاكتو".

تدارك المشرع الجزائري مؤخرا الفراغ الموجود في هذا المجال من خلال الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، ومن ثم سلك مسلك المشرع الفرنسي فقام بتحديد السمات التي يحظر استخدامها كعلامة⁽³⁾.

(1) راجع: نصيف محمد حسين، النظرية العامة في الحماية الجنائية للمستهلك، دار النهضة العربية، القاهرة، 1998، ص 70.

(2) محسن شفيق، القانون التجاري المصري، دار الثقافة للنشر، القاهرة، 1949، ص 482.

(3) المادة 7 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية.

فهي زيادة عن التسميات النوعية⁽¹⁾ أو الضرورية أو العادية أو الوصفية للمنتج أو الخدمة، وكافة التسميات التي يمكن استعمالها لبيان مميزات المنتج أو الخدمة، كالصفة، والكمية، والقيمة والمكان الجغرافي، أي المصدر.

كما يحظر المشرع الجزائري، شأنه في ذلك شأن المشرع الفرنسي استعمال كافة الرموز المطابقة أو المشابهة التي تحدث لبسا⁽²⁾ أو تمس حقوقا سابقة أو مشهورة أو شعارا معروفا على كافة التراب الوطني، وتستبعد الرموز التي هي بمثابة ترجمة لعلامة أو اسم تجاري.

هذا ما ورد في نصوص قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري، إذ تنص المادة 67 منه على أنه: " لا يسجل كعلامة تجارية أو كعنصر منها ما يأتي :

1 - العلامات الخالية من أية صفة مميزة أو المكونة من علامات أو بيانات ليست إلا التسمية التي يطلقها العرف على المنتجات أو الرسم أو الصور العادية لها ... "

وقد تطرق المشرع المصري لهذا الشرط في المادة 63 من القانون ذاته بصدد تعريفه للعلامة التجارية حيث نص على: " ... الأسماء المتخذة شكلا مميزا ... "

لا يعني عنصر اشتراط تميز العلامة التجارية أن تتخذ شكلا مبتكرا أو عملا فنيا مجيدا، وإنما يقصد به تميز العلامة عن غيرها من العلامات التي توضع على سلع ومنتجات مماثلة لمنع حصول الخلط و اللبس لدى المستهلك العادي⁽³⁾.

(1) Les marques génériques وتسمى كذلك Les marques nécessaires . راجع استعمال هذا المصطلح في المادة 22 من الأمر رقم 66-57 المؤرخ في 19 مارس 1966 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، ج . ر ، الجزائر، عدد 23 ، 22 مارس 1966 ، ص 262 . خاصة الصياغة الفرنسية .

V . aussi : Art . L. 711- 2 al . 2 (a) C .Fr . propr . intell : " Sont dépourvus de caractère distinctif : les signes ou dénomination qui , dans le langage courant ou professionnel, sont exclusivement la désignation nécessaire , générique ou usuelle du produit ou du service " .

(2) المادة 7 سادسا من الأمر رقم 03-06 . كما جاء في نص المادة 429 من الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 18 صفر عام 1386 هـ الموافق 8 يونيو سنة 1966 ، المتضمن قانون العقوبات الجزائري ، المعدل والمتمم : " يعاقب بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات وبغرامة من 2000 إلى 20000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط كل من يخدع أو يحاول أوخدع المتعاقد سواء في الطبيعة أو في الصفات الجوهرية أو في التركيب أو في نسبة المقومات اللازمة لكل هذه السلع ... وفي جميع الحالات فإن على مرتكب المخالفة إعادة الأرباح التي حصل عليها بدون حق " .

(3) راجع : سميحة القليوبي ، الملكية الصناعية، الطبعة السابعة ، دار النهضة العربية ، القاهرة، 2008 ، ص 473 . جندي عبد الملك ، الموسوعة الجنائية، مطبعة الاعتماد ، بدون بلد نشر، 1942 ، ص 362 .

فالشارات الوصفية أو النوعية أو اللازمة⁽¹⁾ لا تعد علامة قابلة للحماية القانونية، لأنها لا تصلح علامة بذاتها إلا إذا اتخذت شكلا مميزا كأن تكتب بحروف بارزة بطريقة متميزة . وقد أكد المشرع الفرنسي على شرط الطابع المميز للعلامة التجارية⁽²⁾.

للقضاء سلطة في تقدير ما إذا كانت العلامة التجارية مميزة ولها ذاتيتها الخاصة ، وتختص محكمة الموضوع في أن تنتظر إلى العلامة التجارية في مجموعها. لأنه قد تشترك علامتان في عناصرهما أولونهما، ومع ذلك لكل منهما أوضاع ذاتية معينة تميزها عن الأخرى ، ويراعى هذا وقت تسجيل العلامة . وتطبيقا لذلك قضت محكمة النقض المصرية بأنه متى كانت العلامة مركبة من عدة عناصر كانت العبرة في توافر الصفة المميزة بالمظهر الإجمالي العام، وليست بالعناصر الجزئية منظورا إلى كل منها على حده⁽³⁾ .

(1) العلامة الوصفية : هي التي تقوم ببيان العناصر المكونة للسلعة أو الصفات الجوهرية للمنتجات ، فمثلا العلامة التي تتكون من صورة مطابقة للمنتجات، كصورة تفاح لتمييز عصير التفاح ، لاتكون هذه العلامة قابلة للحماية لأنه لايمكن القول باستثثار تاجر واحد بحق استعمال هذه الأوصاف والتعبيرات دون الآخرين. أما العلامة النوعية أو الضرورية : فهي التي تتكون فقط من التسمية المعتادة للسلعة أو الخدمة التي تستخدم للدلالة عليها ، كوضع صورة رضيع على حليب الأطفال . راجع : حسام الدين عبد الغني الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية ، المرجع السابق ، ص 28 .

(2) V . art . L . 711 -1 du Code de la propriété intellectuelle , Dalloz , Italie , 8 édition , 2008: " La marque de fabrique, de commerce ou de service est un signe susceptible de représentation graphique servant à distinguer les produits ou services ... " . Art . L . 711 – 2 C . Fr . propr . intell . V . aussi : Joanna Schmidt – Szalewski , et Jean – Luc pierre , Droit de la propriété industrielle , 4 édition , Litec , Paris , 2007 , p. 198 . Georges Decocq , Droit commercial , 3 édition , imprimé en France par I . M . E , Dalloz , Paris , 2007 , p. 324 . Albert Chavanne , Jean – Jacques Burst , Droit de la propriété industrielle , op. cit , p. 479 . Cour de cassation , commercial , 8 Avril 2008 , Recueil Dalloz , n° 19 , 8 Mai 2008 , P. 1274.

(3) نقض مدني 1959/12/10، مجموعة المكتب الفني، السنة 25 ق، رقم 121، ص 763 . نقض مدني 1960/01/28، مجموعة المكتب الفني، السنة 25 ق، رقم 15، ص 100.

ومن أحدث أحكام محكمة النقض : نقض مدني 2002/04/23 ، المستحدث من المبادئ التي قررتها الدوائر التجارية لمحكمة النقض ، السنة 64 ق ، رقم 2762 ، ص 29 . حيث قضت أن :

الإشارات التي تستخدم كعلامات تجارية وفقا للمادة 01 ق 57 لسنة 1939، عدم ورودها على سبيل الحصر، مؤدى ذلك دخول أغلفة العبوات ذات الألوان الخاصة في عدادها ، شرطه أن يكون شكلها متميزا ومبتكرا . راجع : المستحدث من المبادئ التي قررتها الدوائر التجارية بمحكمة النقض في المواد التجارية والضرائب، المحاماة ، تصدرها نقابة المحامين، جمهورية مصر العربية ، العدد الثالث ، 2003 ، ص 137 .

الفرع الثاني : جدة العلامات التجارية

يجب أن تكون العلامة جديدة (بمعنى أنه لم يسبق للغير أن اكتسب حقوقا عليها) ، حتى تصلح أن تتخذ كعلامة يمكن تسجيلها من الناحية القانونية .
والمقصود بالجدة هنا في الواقع ليست الجدة المطلقة كما هو الحال في براءات الاختراع والرسوم والنماذج الصناعية أي خلق وابتكار العلامة، وإنما فقط الجدة النسبية في التطبيق على ذات السلع ، فيكفي ألا تكون العلامة لحظة تسجيلها محلا لحق منافس في نفس مجال النشاط المعني. وترتبط على ذلك فإن العلامة التجارية تعتبر جديدة على الرغم من سبق استخدامها لتمييز خدمة معينة أو منتج معين طالما أن الاستخدام الجديد يتعلق بخدمة أخرى أو بمنتج آخر يختلف عن نوع الخدمة الأولى أو المنتج الأول⁽¹⁾ .

لم يشترط المشرع الجزائري هذا الشرط في الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات التجارية، لكنه يستتبع من نصوصه بحيث يجب أن يتوفر في العلامة⁽²⁾ شرط الجدة والابتكار .

الفرع الثالث : مشروعية العلامات التجارية

علاوة على تمتع العلامة بطابعها المميز وجدتها ، يشترط في الشارة المكونة لها ألا تخالف النظام العام والآداب العامة⁽³⁾ . فلا يجوز للإدارة تسجيل مثل هذه الشارة التي تتعارض والنصوص القانونية . كما أكدت الاتفاقيات الدولية المعنية بحماية العلامات على شرط مشروعية العلامة ، ووافقها في ذلك كافة التشريعات الخاصة بالعلامات التجارية .

(1) محمد السيد الفقي ، دروس في القانون التجاري الجديد، المرجع السابق ، ص 345 ، 346 .

(2) راجع المادة 27 من المرسوم رقم 05-277 المؤرخ في 2 أوت 2005 ، الذي يحدد كليات إيداع العلامات وتسجيلها ، ج.ر، الجزائر، عدد 54 ، 7 أوت 2005 ، ص 11 .

(3) نبيل محمد أحمد صبيح ، حماية العلامات التجارية و الصناعية في ظل التشريع المصري وفي ظل اتفاقية الجات، المرجع السابق ، ص 33 . علي نايت أعمر، الملكية الفكرية في إطار التجارة الإلكترونية ، مذكرة ماجستير في القانون الدولي للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، نشر 2014 ، ص 25 .

أكد كل من المشرع الجزائري والفرنسي⁽¹⁾ على هذا الشرط في العلامات التجارية حتى تتمتع بالحماية القانونية ، ويمكن أن يرفض إيداع علامة التاجر أوالصانع الأجنبي إذا اعتبرت غير مشروعة في الجزائر ولو كانت التسمية المختارة كعلامة غير مخالفة للنظام العام والآداب العامة في بلاده⁽²⁾.

كما يجب استبعاد " الرموز التي تحمل من بين عناصرها نقل أو تقليد شعارات رسمية أوأعلام أوشعارات أخرى، أواسم مختصر أورمز أوإشارة أودمغة رمزية تستخدم للرقابة والضمان من طرف دولة أومنظمة مشتركة بين الحكومات أنشئت بموجب اتفاقية دولية إلا إذا رخصت لها السلطة المختصة لهذه الدولة أوالمنظمة بذلك " (3).

تضمن التشريع المصري الحالي بيانا بالعلامات التي لا يجوز قبول تسجيلها بجمهورية مصر العربية ، وهي على التفصيل التالي (4) :

- 1- العلامات الخالية من أية صفة مميزة أوالمكونة من علامات أوبيانات ليست إلا التسمية التي يطلقها العرف على المنتجات أوالرسم أوالصور العادية لها .
- 2- العلامات المخلة بالنظام العام والآداب العامة .
- 3- الشعارات العامة والأعلام وغيرها من الرموز الخاصة بالدولة أوالدول الأخرى أوالمنظمات الإقليمية أوالدولية ، وكذلك أي تقليد لها .
- 4- العلامات المطابقة أوالمشابهة للرموز ذات الصبغة الدينية .
- 5- رموز الصليب الأحمر أوالهلال الأحمر أوغيرها من الرموز المشابهة وكذلك العلامات التي تكون تقليدا لها .
- 6- صور الغير أوشعاراته ما لم يوافق على استعمالها .
- 7- البيانات الخاصة بدرجات الشرف التي يثبت طالب التسجيل حصوله عليها .

(1) نصت المادة 7 رابعا من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية على ما يلي :
" تستثنى من التسجيل : الرموز المخالفة للنظام العام والآداب العامة والرموز التي يحظر استعمالها بموجب القانون الوطني أوالاتفاقيات الثنائية أوالمتعددة الأطراف التي تكون الجزائر طرفا فيها ... " .
En ce sens , v : art . L. 711 - 3 (b) C . Fr . propr . intell . (modifié par art.12 loi n° 96 - 1106 du 18 Décembre 1996 JORF 19 Décembre 1996) : " ne peut être adopté comme marque ou élément de marque un signe : contraire à l' ordre public ou aux bonnes mœurs ; ou dont l' utilisation est légalement interdite ; ... " .

المادة 6 من اتفاقية باريس لسنة 1883 ، لمزيد من التفصيل راجع :
Joanna schmidt – szalewski , et Jean – luc pierre , op . cit , p. 196 .

(2) المادة 13 أولا من المرسوم التنفيذي رقم 05-277 .

(3) المادة 7 خامسا من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية .

En ce sens , v : art . L. 711- 3 (a) C . Fr . propr . intell . lequel renvoie à l' article 6 ter de la convention universelle de Paris (C . U . P) .

(4) المادة 67 من قانون حماية الملكية الفكرية المصري رقم 82 لسنة 2002 .

8- العلامات والمؤشرات الجغرافية التي من شأنها أن تضلل الجمهور أو تحدث لبسا لديه أوالتي تتضمن بيانات كاذبة عن مصدر المنتجات من السلع أو الخدمات أو عن صفاتها الأخرى وكذلك العلامات التي تحتوي على بيان اسم تجاري وهمي مقلد أو مزور.

لقد تميز موقف المشرع الفرنسي عن موقف نظيره الجزائري والمصري فيما يخص العلامات التي لا يجوز تسجيلها، من حيث حسن صياغة النص وتركيزه . ففي حين يعدد المشرع الجزائري العلامات التي لايجوز تسجيلها في تسعة بنود طبقا للمادة 7 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات ، والمشرع المصري في ثمانية بنود طبقا للمادة 67 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية . أما المشرع الفرنسي يعدد تلك العلامات في ثلاثة بنود فقط بالمادة 711-3 من قانون حماية الملكية الفكرية لديه، ويرجع ذلك إلى أنّ المشرع الفرنسي نص في البند الأول من هذه المادة على حظر تسجيل العلامات التي ينص أصلا على حظر تسجيلها طبقا لاتفاقية باريس المؤرخة في 20 مارس 1883 بشأن حماية الملكية الصناعية⁽¹⁾، وكذا طبقا للفقرة الثانية من المادة 23 من اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريس) .

كما كان السبيل متاحا للمشرعين الجزائري والمصري أن يتبنيا هذا التحديد وخاصة فيما يتعلق بالحظر المنصوص عليه في اتفاقية باريس المشار إليها. إذ أنّ الأحكام الموضوعية الخاصة بالعلامات التجارية والواردة في اتفاقية باريس تعتبر ملزمة لجميع أعضاء منظمة التجارة العالمية وسواء أكانوا أعضاء في اتفاقية باريس أم لا، وذلك في الحدود المنصوص عليها في المادة 1/2 من اتفاقية تريس .

لهذا جاء تحديد المشرع الفرنسي للعلامات المحظور تسجيلها طبقا للمادة 711-3 مركزا في ثلاثة بنود ، بحيث تشمل العلامات المحظور تسجيلها طبقا لاتفاقيتي باريس وتريس، بالإضافة إلى العلامات المتعلقة بالنظام العام والآداب العامة أوالتي يعد استخدامها مخالفا للقانون، وأخيرا العلامات التي يكون من شأنها تضليل الجمهور بشأن منتج أو خدمة من حيث طبيعته أو نوعيته أو مصدره الجغرافي؛ وعلى عكس هذا التحديد الدقيق للمشرع الفرنسي جاء تحديد كل من المشرعين الجزائري والمصري .

بيد أنّ الإشكال الذي يطرح بصدد هذا الشرط اختلاف الدول فيما بينها بشأن مفهوم النظام العام والآداب العامة ، فقد تكون علامة معينة مخالفة للنظام العام والآداب العامة في الجزائر، في حين تكون مقبولة في فرنسا أو دولة أخرى على سبيل المثال علامة في شكل صليب ...⁽²⁾.

(1) راجع : أمين مصطفى محمد، الحماية الجنائية لحقوق الملكية الصناعية في ضوء الاتفاقات الدولية والقوانين الوطنية، مجلة الحقوق للبحوث القانونية والاقتصادية ، كلية الحقوق، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية، العدد الثاني ، 2005 ، ص 96.

(2) فتحي الدريني ، حق الابتكار في الفقه الإسلامي، مؤسسة الرسالة ، بيروت، 1978 ، ص 51 .

الفرع الرابع : شرط قابلية العلامات للإدراك بالبصر

تضمنت المادة 1/15 من اتفاقية تريس شرط قابلية العلامة للإدراك بالبصر في قولها: " كما يجوز لها اشتراط أن تكون العلامات المزمع تسجيلها قابلة للإدراك بالنظر كشرط لتسجيلها " (1). أما المشرع الجزائري لم يذكر ذلك صراحة، وإنما يفهم ذلك ضمناً من قوله : "العلامات القابلة للتمثيل الخطي" (2). ويعتقد أنه من الأفضل أن يذكر المشرع هذا صراحة، حتى لا يفتح أبواباً وثغرات قد يستفيد منها محترفي الغش والاحتيال، وحتى لا تكون كذلك هذه المادة محلاً للتأويل والاحتمالات .

في المقابل نص المشرع المصري على هذا الشرط صراحة في نص المادة 63 من قانون حماية الملكية الفكرية المصري رقم 82 لسنة 2002 بقوله : " وفي جميع الأحوال يتعين أن تكون العلامة التجارية مما يدرك بالبصر " .

انطلاقاً مما سبق يبدو أن ما تبناه المشرع المصري جاء تطبيقاً لما أجازته اتفاقية تريس، من جواز اشتراط أن تكون العلامات المزمع تسجيلها قابلة للإدراك بالنظر كشرط لتسجيلها، الأمر الذي يقتضي بطبيعة الحال عدم جواز تسجيل العلامات الصوتية أو الخاصة بحاسة الشم . يعد مسلك المشرع المصري مسلكاً محموداً ويستحق الثناء، على أساس أن تسجيل مثل تلك العلامات يحتاج لأجهزة ومعدات وخبراء قد لا تكون متوافرة لدى مسجل العلامات التجارية ، كما أن مثل هذه العلامات نادرة في الحياة العملية . في المقابل أجاز التشريع الأمريكي تسجيل العلامات الخاصة بحاسة الشم كرائحة العطور مثلاً (3).

(1) راجع : علي إبراهيم ، منظمة التجارة العالمية جولة أرجواي وتقنين نهب العالم الثالث، دار النهضة العربية، القاهرة، 1997، ص 295 .

(2) المادة 2 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات الجزائرية .

(3) جمال وادي، العلامة والإنترنت، مذكرة ماجستير، تخصص ملكية فكرية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2003/2002، ص 2 .

يستنتج بأن ما أخذ به كل من المشرع الجزائري والمصري من شأنه حرمان العلامات الصوتية أو الخاصة بحاسة الشم⁽¹⁾، وغيرها من العلامات التي قد تظهر في المستقبل من التسجيل ولاسيما حرمانها من الحماية التي ينشدها المجتمع الدولي سواء كانت دولية أو وطنية، وأن ذلك مناف لعلة الحماية ذاتها . كما أن من شأنه خلق فراغ تشريعي محتمل وثغرة قد يستفيد منها كل من تسول له نفسه من محترفي الغش والتضليل للتلاعب بمصالح المنتجين والمستهلكين ، مما يؤدي إلى صعوبة مساءلتهم جزائيا . وقد كان حريا بالمشرعين أن يستلهما العلة التشريعية ، وما يستلزمه فقه تنظيم العلاقات الإنسانية، بأن يضعوا الأطر التشريعية لما قد يستجد من الحالات والوقائع ، وأن لا يتركوا خلفهما مثل تلك الثغرة التشريعية .

الفرع الخامس : عدم اشتراط كتابة العلامات التجارية باللغة العربية

لم يشترط المشرع الجزائري كتابة العلامة التجارية باللغة العربية لعدة اعتبارات، ففرضها كشرط لتسجيل العلامة يتعارض مع اتفاقيات دولية كاتفاقية باريس ومدريد من جهة، ومن جهة ثانية لا يتصور تسجيل علامة تجارية واحدة بلغة كل بلد .

في حين تضمن قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري نصا خاصا في هذا الشأن، حيث تقضي المادة 64 منه على أنه : " تختص مصلحة التسجيل التجاري بتسجيل العلامات التجارية في السجل الخاص بهذه العلامات وفقا لأحكام هذا القانون ولائحته التنفيذية وذلك مع مراعاة حكم المادتين 3،4 من القرار بقانون رقم 115 لسنة 1958 في المكاتبات واللافقات بوجوب استعمال اللغة العربية " .

ومقتضى حكم هذا النص أن جهة التسجيل تطلب من صاحب العلامة تقديم ترجمة عربية للعبارات التي تتضمنها العلامة الأجنبية. بالإضافة إلى التزام صاحب العلامة عند استخدامها استعمال اللغة العربية، وأن توضع العلامة باللغة العربية على جميع المكاتبات واللافقات، وواجهة المحل التجاري الذي يستعمل⁽²⁾ .

(1) محمود سليمان، هل يمكن اعتبار الأصوات والروائح بمثابة علامات تجارية أيضا ؟ ، مكتب يوسف حافظ ، منشور يوم 2009/06/04 بموقع:

<http://www.yhoffice>

(2) راجع : علي سيد قاسم ، كتابة العلامة التجارية باللغة العربية ، مجلة القانون والاقتصاد للبحوث القانونية والاقتصادية، كلية الحقوق بجامعة القاهرة ، العدد الثامن والستون، 1998، ص 2 . ياسر أحمد كامل الصيرفي، حماية المستهلك وضرورة الإعلام عن السلع والخدمات باللغة القومية ، مجلة القانون والاقتصاد للبحوث القانونية والاقتصادية، كلية الحقوق ، جامعة القاهرة ، العدد الخامس والسبعون، 2005 ، ص 549 .

على أنه لا يفهم من النص السالف الذكر حرمان صاحب العلامة من كتابتها باللغة الأجنبية، طالما أنها أصلا عند طلب تسجيلها مكتوبة باللغة الأجنبية ، بل المطلوب هو استعمال اللغة العربية على المطبوعات واللافتات المستعملة. كما لا يشترط أن تكون اللغة العربية ترجمة حرفية للعلامة الأجنبية بل إمكان قراءتها باللغة العربية وذلك تطبيقا لحكم المادة السادسة الفقرة الخامسة من اتفاقية باريس والتي تشترط تسجيل العلامة كما هي⁽¹⁾.

كما اشترطت بعض التشريعات أن تكون العلامة المطلوب تسجيلها مكتوبة باللغة الرسمية السائدة في الدولة المراد تسجيلها فيها بشخص معنوي من أشخاص القانون العام أو الخاص، ويقوم بخدمة مرفق عام وتنفيذا له. وأجاز المشرع الفرنسي استخدام المصطلحات الأجنبية إذا لم يوجد ما يقابلها باللغة الفرنسية⁽²⁾.

ويعتقد أنه من الأفضل أن ينص المشرع الجزائري على كتابة العلامة التجارية باللغة العربية على وجه الإلزام إظهارا لمكانتها واعتزازا بها . وتأسيسا على ذلك تظهر أهمية تدخل المشرع بموجب قانون ينص صراحة على استخدام اللغة العربية، فالدول كافة تحرص على وضع لغتها القومية على كافة منتجاتها حتى لو كانت مصدرة إلى دول أخرى ، الأمر الذي يحقق حماية أفضل للمستهلك . علاوة على ذلك يمكن أن يشدد المشرع الجزاء في حالة عدم الالتزام بالإعلان باللغة العربية ، مع التمييز في هذا الشأن بين الشخص الطبيعي والشخص المعنوي .

إضافة إلى الشروط المذكورة سابقا أضاف المشرع المصري الحماية المؤقتة للعلامة التجارية، حيث قرر في المادة 72 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية منح العلامة التجارية الموضوعية على منتجات معروضة في المعارض الوطنية أو الدولية حماية مؤقتة خلال فترة العرض ، ولا يترتب على تلك الحماية امتداد المدة المنصوص عليها في المادة 75 من القانون ذاته⁽³⁾.

⁽¹⁾ سميحة القليوبي ، الملكية الصناعية ، المرجع السابق ، ص 465 . راجع مقال : شريف الملاح، يأمر القضاء الإداري كتابة العلامة التجارية ... بالعربية ، الجمهورية أون لاين . أكدت محكمة القضاء الإداري بمجلس الدولة وجوب كتابة العلامة التجارية المصرية باللغة العربية ، والعلامة التجارية الأجنبية بلغة أجنبية منشور يوم 04 / 06 / 2011 بموقع :

<http://www.gom.eg>

⁽²⁾ ناصر عبد الحليم السلامة ، المرجع السابق ، ص 143 .

⁽³⁾ سميحة القليوبي ، الملكية الصناعية ، المرجع السابق ، ص 480 . السيد عبد الوهاب عرفة ، الموسوعة العملية في حماية حقوق الملكية الفكرية (82 / 2002 ولائحته التنفيذية) ، المرجع السابق، ص 113 .

انطلاقاً مما سبق يمكن القول أن تخلف شرط من الشروط الموضوعية المذكورة سابقاً يترتب عليه عدم تمتع العلامة التجارية بالحماية الجزائية، وعليه لا يمكن أن تقوم المسؤولية الجزائية للشخص الذي يقوم بالاعتداء عليها. أما إذا كانت قد سجلت فإنه يجوز طلب الحكم ببطالانها ، ويترتب على ذلك شطب قيدها من السجل بحكم القانون .

على ضوء ما سبق نستنتج بأن العلامة التجارية لا تتمتع بالحماية الجزائية بمجرد تحقق كل الشروط التي تطلبها القانون وإنما يجب تسجيلها أولاً⁽¹⁾، لهذا اتفقت مناهج التشريعات المقارنة على وجوب تسجيل العلامة فهذا الأخير هو الذي يكسب العلامة الحصانة والحماية القانونية المقررة قانوناً.

(1) منير الجنيهي وممدوح محمد الجنيهي، العلامات والأسماء التجارية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية ، 2000 ، ص 23 .

المطلب الثاني

الشروط الشكلية للعلامات التجارية

تهدف العلامة التجارية إلى حماية المستهلك ضد أي غش أو خداع في أصل البضاعة ونوعيتها ، كما تهدف أيضا إلى تحسين الوظيفة الصناعية وحماية الاقتصاد الوطني من خلال ضمان جودة البضاعة وتحديد مصدر المنتج الحقيقي وحمايته ضد المنافسة غير المشروعة .

كما أن العلامة لا تختلف عن الإعلانات التجارية الشائعة من حيث الأهمية الاقتصادية، فهي تخلق حالة نفسية لدى المستهلك إذ لا يشتري أية بضاعة إلا إذا كانت تحمل علامة معينة يثق بها .

ترتكز الشروط الشكلية لحماية العلامة التجارية في التسجيل وهو شرط جوهري حتى تكتسب الحماية الجزائية ، وكل علامة مسجلة تستحق الحماية ما لم يتم شطبها من السجل (1) .

ولأهمية التسجيل ولما قد يترتب من إشكاليات في إطار الحماية الجزائية للعلامة التجارية وقيام المسؤولية الجزائية في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية ، فإنه لا بد من تحديد النظام القانوني للعلامات فيما يتعلق بتسجيلها ، وإجراءات ذلك تقتضي منا الوقوف أمام نقطتين أساسيتين هما :

الأشخاص الذين يحق لهم قانونا طلب تسجيل علامة تجارية ، وإجراءات تسجيلها ، لهذا ستكون دراستنا على هذا النحو :

(1) راجع : ماجد محمد قاروب ، تطور قوانين حماية الملكية في المملكة العربية السعودية ، حقوق الملكية الفكرية من منظور النظام الاقتصادي الدولي الجديد ، مركز القاهرة الدولي للمؤتمرات، الاستشاريون العرب للإدارة والمشروعات " أبروماك"، القاهرة، مؤتمر المنعقد في الفترة من 6- 8 مايو 1997، ص 7. محمد فتاحي، الحماية القانونية للعلامة التجارية والصناعية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية ، مجلة الحقيقة ، جامعة أدرار ، العدد 28، مارس 2014، ص 9 .

Mohamed Salem Abou El Farag , Trade Marks Protection in Qatar : A Study of the basic concepts in the Law No.9 of 2002 , Legal and Judicial Review, No 2, 2010 , p.121 .

الفرع الأول : الأشخاص الذين يحق لهم قانونا طلب تسجيل علامة تجارية

تباينت مواقف التشريعات حول مسألة الأشخاص الذين يحق لهم قانونا طلب تسجيل العلامات التجارية ، إذ لم تحدد غالبية التشريعات هذه الأشخاص واقتصرت على ذكر كل من يتقدم بالطلب هو صاحب الحق سواء أكان تاجرا أم شخصا طبيعيا أم معنويا (1) .

في حين حددت بعض التشريعات هذه الأشخاص (2)، أما فيما يخص إجراءات تسجيل العلامة التجارية فقد ذهبت جميع التشريعات إلى تحديدها .

أولا - التشريع الجزائري :

لم يحدد القانون الملغى رقم 66-57 الخاص بعلامات المصنع والعلامات التجارية أصحاب الحق في العلامات (3)، بل ترك ذلك للقواعد العامة التي تجيز أن يكون صاحب الحق بالعلامة جزائريا أو غير جزائري مقيم بالجزائر (4) .

نهج المشرع نفس النهج ولم يحدد أصحاب الحق في التسجيل في المادة 13 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية، والمادة 6 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277 (5) في هذا الباب، لأنه وفقا للمادتين يجوز لأي شخص إيداع علامة قصد حمايتها جزائريا، ومنه يمكن مساءلة الشخص الذي اعتدى على العلامة، وقد تتم هذه العملية بواسطة صاحب العلامة شخصيا أو عن طريق وكيل عنه (6) .

يتبين من خلال استقراء النصوص القانونية أنّ المشرع لم يحصر من لهم حق طلب تسجيل علامة تجارية في فئة معينة ، كما أنه لم يضع شروطا في طلب التسجيل . بل أجاز لكل من يرغب في استعمال علامة أو يدعي أنه صاحب علامة استعملت أو كان في النية استعمالها أن يطلب تسجيلها وفقا للأصول المقررة .

(1) C. Vigier , Le dépôt et l'enregistrement des marques de fabrique , de commerce et de service, selon la loi du 31 Décembre 1964, thèse de Doctorat , Paris, 1977, p.111.

راجع : كوثر مازوني ، الشبكة الرقمية وعلاقتها بالملكية الفكرية ، دار هومة ، الجزائر، 2008 ، ص 199 .

(2) المادة 66 من قانون حماية الملكية الفكرية المصري ، والمادة 9 من قانون العلامات والبيانات التجارية القطري ، والمادة 6 من قانون العلامات التجارية الإماراتي

(3) المواد 14 ، 7 ، 8 من الأمر رقم 66-57 لسنة 1966 الخاص بعلامات المصنع والعلامات التجارية .

(4) ولد قادة مختار، المرجع السابق ، ص 64 .

(5) المرسوم التنفيذي رقم 05-277 .

(6) المادة 3 ثانيا من المرسوم التنفيذي رقم 05-277 .

وهذا دليل على أنّ المشرع قد جعل الباب مفتوحاً أمام أي شخص أو هيئة أو أية جهة أخرى للتقدم بطلب لتسجيل العلامة، إذ أجاز تقديم طلب التسجيل للشخص أو الهيئة دون تحديد لذلك الشخص أو تلك الهيئة لا من حيث النوعية ولا من حيث الجنسية .

الأمر الذي يمكن معه القول ، أنه يجوز تقديم طلب من أي شخص سواء أكان شخصاً طبيعياً أم معنوياً ، تاجراً أم غير تاجر، جزائرياً كان أو غير جزائري . وهذا ما سار عليه المشرع الفرنسي .

أما في حالة إقامة المودع في الخارج ، فإنه يجب أن يعين نائباً جزائرياً مقيماً في الجزائر لإتمام إجراءات الإيداع ، حيث لا يفرض على المودع حضوره الشخصي . بل يجوز تمثيله شريطة أن يقدم نائبه وكالة بخط اليد تكون بطبيعة الحال مؤرخة وممضاة⁽¹⁾.

ثانياً - التشريع الفرنسي :

لم يضع المشرع أي قيد فيما يتعلق بشخص طالب التسجيل، فيجوز لكل ذي شأن أو وكيله الخاص، سواء أكان شخصاً طبيعياً أم معنوياً، تاجراً أم غير تاجر، أن يودع لدى إدارة تسجيل العلامات التجارية طلباً بتسجيل شارة معينة بغرض اتخاذها علامة له فيما بعد، وبحيث يصبح هو المالك القانوني لها مع كافة الآثار التي تتولد عن ذلك⁽²⁾. والمودع المقيم بالخارج يجب أن يعين نائباً مقيماً في فرنسا (هذا ما جاء في نص المادة 712-2)⁽³⁾.

كذلك لا يشترط في طالب التسجيل أن يمارس نشاطاً مربحاً، وبالتالي يجوز للجمعيات والنقابات⁽⁴⁾ أن تمتلك علامة تجارية .

(1) المادة 7 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277 .

(2) Albert Chavanne et Jean – Jacques Burst , op . cit , p. 603 .

(3) **Article R712-2 C . Fr . propr . intell** modifié par Décret n°2007-731 du 7 mai 2007 - art. 9 JORF 8 mai 2007 :« Le dépôt peut être fait personnellement par le demandeur ou par un mandataire ayant son domicile, son siège ou son établissement dans un Etat membre de la communauté européenne ou dans un Etat partie à l'accord sur l'Espace économique européen Les personnes n'ayant pas leur domicile ou leur siège dans un Etat membre de la Communauté européenne ou dans un Etat partie à l'accord sur l'Espace économique européen doivent, dans le délai qui leur est imparti par l'institut, constituer un mandataire satisfaisant aux conditions prévues à l'alinéa précédent “ .

(4) Cass . civ . 19 Juin 1908 , ann . 1908 .p. 339 .

ثالثا - التشريع المصري :

تضمنت المادة 66 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية بيانا بالأشخاص الذين يحق لهم تسجيل علاماتهم في مصر مع عدم الإخلال بأحكام الاتفاقيات الدولية السارية في مصر⁽¹⁾. ومن هنا فقد سوى القانون بين المصريين والأجانب المنتمين للدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية أو التي تعامل مصر بالمثل في تسجيل العلامة .

يمكن القول أن المشرع قرر لكل شخص طبيعي من المصريين أو الأجانب الذين ينتمون أو يتخذون مركز نشاط حقيقي وفعال لهم في إحدى الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية الحق في حماية علامته التجارية في مصر، وفقا لأحكام القانون بما يتفق مع حكم المادة الأولى (ثالثا) من اتفاقية ترينس والمادة الثالثة من اتفاقية باريس بشأن الملكية الصناعية .

يستخلص مما ذكرنا أنّ التشريعات المقارنة قد اختلفت حول موضوع الأشخاص الذين لهم حق تسجيل العلامات التجارية في الدول الأعضاء في اتفاقية ترينس تطبيقا لمبدأ المعاملة الوطنية ومبدأ الدولة الأولى بالرعاية بين التوسع في تقرير هذا الحق أو تقييده ببعض الشروط . ويتحقق شرط التسجيل في العلامة التجارية يمكن حمايتها جزائيا، وبالتالي يمكن تحديد المسؤولية الجزائية لكل من قلد أو زور علامة تجارية مسجلة مملوكة للغير .

(1) سميحة القليوبي ، الملكية الصناعية ، المرجع السابق ، ص 489 .

الفرع الثاني : إجراءات تسجيل العلامات التجارية

للتسجيل خطوات يجب إتباعها وللمسجل السلطة الخاصة في رفض التسجيل أو قبوله وإصدار قرار بمنح شهادة لعلامة موضوع طلب التسجيل .

ويجب إتباع هذه الإجراءات لكي يتم تسجيل العلامة تسجيلًا صحيحًا، فتصبح قابلة للاستغلال التجاري وحمايتها جزائيًا من قبل الدولة⁽¹⁾، ومنه يمكن تحديد المسؤولية الجزائية لمرتكب جرائم العلامات التجارية . وقد أوردت التشريعات إجراءات دقيقة في إيداع العلامة وتسجيلها ونشرها وهنا سنتطرق لها على النحو التالي :

أولا - التشريع الجزائري :

ولاكتساب حقوق على العلامة التجارية في التشريع الجزائري، يجب احترام الأحكام القانونية التي تنظم الإجراءات الخاصة بالإيداع ، التسجيل والنشر المنصوص عليها في المرسوم التنفيذي رقم 05-277⁽²⁾.

يلعب الإيداع دورا مهما في اكتساب ملكية العلامة ، لهذا يقوم المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية بفحص الملف من ناحية الشكل والموضوع . تبعا لهذا إذا اعتبر الملف صحيحا من حيث الشكل والموضوع يعد الإيداع مقبولا ، وعلى إثر ذلك تقوم الهيئة المختصة بتحرير محضر يثبت تاريخ الإيداع ، ساعته ومكانه ، وكذا رقم التسجيل ودفع الرسوم⁽³⁾. ونظرا للبيانات المدرجة فيها ، تعد هذه الوثيقة ذات أهمية بالغة لفض النزاعات المحتملة التي يمكن أن تقع بين عدة مودعين . يحق كذلك للمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية رفض الإيداع في حالة عدم ذكر البيانات الإجبارية وعدم إدراج المستندات في الملف ، ويجوز له في حالة مخالفة مادية أو عدم دفع الرسوم ، منح المودع مهلة شهرين لتصحيح إيداعه⁽⁴⁾.

(1) راجع : سمير جميل حسين الفتلاوي ، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1988، ص 287 .

(2) المرسوم التنفيذي رقم 05-277 المؤرخ في 2 أوت 2005 ، الذي حل محل المرسوم رقم 66-63 المؤرخ في 26 مارس 1966 ، وكان يتضمن تطبيق الأمر رقم 66-57 ، ج . ر ، أول أبريل 1966 ، عدد 26 ، ص 306 .

(3) راجع المادتين 11 و 12 الفقرة الأولى من المرسوم التنفيذي رقم 05-277 .

(4) راجع : المادة 10 ثانيا و ثالثا من المرسوم التنفيذي رقم 05-277 .

وفيما يخص المراقبة من ناحية الموضوع ، فهي تسمح للهيئة المختصة بالبحث ما إذا كانت العلامة مطابقة للقانون أم لا . ومن ثم يجوز لها رفض الملف إذا كانت السمة المختارة من السمات المحظور استعمالها كعلامة (1) .

أما التسجيل (L'enregistrement) فيقصد به القرار الذي يتخذه مدير المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ، والذي يؤدي إلى قيد العلامة في فهرس خاص يمسكه المعهد (2) . ويُمسك هذا السجل في باريس من طرف المعهد الوطني للملكية الصناعية ، وقد ذكر في المادة 7-714 ، ونظامه محدد في المواد 24 ومايليها في مرسوم 30 جانفي 1992 (3) ، والذي يذكر فيه كافة العلامات وحقوق الملكية الصناعية والتجارية الأخرى التي تم تسجيلها حسب الأصول (4) . ويتطلب أن يتضمن بصورة إجبارية نموذج العلامة وكافة البيانات الخاصة بالتسجيل ، كما يجب أن تذكر فيه كافة العمليات المتعلقة بالعلامات حتى يستطيع صاحبها الاحتجاج بها في مواجهة الغير (5) .

غير أن المشرع بيّن أن للتسجيل أثرا رجعيا (6) ، أي أن تاريخ التسجيل هو تاريخ الإيداع، والعبارة في ذلك هو حماية مصلحة المودع ضد تصرفات الغير سيء النية .

أما النشر (la publication) فيتكلف به المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية (7) ، ويقصد به عملية شهر إيداع العلامة في النشرة الرسمية للعلامات . حيث تنشر بصفة دورية وتحدد فيها رقم العلامة ، ومميزاتها ، واسم المالك لها . وتصدر هذه النشرة كل ثلاثة أشهر، ولو أنه من الناحية الواقعية فإن آخر نشرة صادرة عن I . N . P . I كانت في سنة 2003 ، والهدف من النشر هو إخبار الغير واطلاعه على العلامة .

(1) راجع : المادة 7 من الأمر رقم 03-06 .

(2) V: L'institut National Algérien de la Propriété Industrielle
<http://www.inapi.org>

(3) V : Albert Channe et Jean Jacques Burst , op . cit , p. 624 . Claud Rodhain, Nouvelle loi sur les marques de fabrique , de commerce ou de service , Doctrine , Gazette du palais (2 sen), 1991 , p. 105 .

V : L'institut National de la Propriété Industrielle
<https://www.inpi.fr/fr>

(4) المادة 14 من المرسوم التنفيذي الجزائري رقم 05-277 والذي يحدد كليات إيداع العلامات وتسجيلها .

(5) فرحة زراوي صالح ، الكامل في القانون التجاري الجزائري ، الحقوق الفكرية ، المرجع السابق ، ص 238 .

(6) المادة 5 ثانيا من الأمر رقم 03-06 : " ... تحدد مدة تسجيل العلامة بعشر سنوات تسري بأثر رجعي ابتداء من تاريخ إيداع الطلب " .

En ce sens : art L . 712 – 1 al . 2 C . Fr . propr . intell .

(7) المادة 29 من المرسوم التنفيذي الجزائري رقم 05-277 .

ثانيا - التشريع الفرنسي :

وفقا لأحكام التشريع الفرنسي الخاص بالعلامة التجارية فإنه يجوز لكل شخص طبيعي أو معنوي تقديم طلب تسجيل علامة تجارية لتمييز المنتجات التي يقوم بصنعها أو الاتجار بها، حيث لم يرد في هذا التشريع أي نص يحدد الأشخاص الذين لهم الحق في طلب تسجيل العلامة التجارية⁽¹⁾. ففي فرنسا ، عندما ترى الإدارة أن العلامة صحيحة تسجلها في السجل الوطني للعلامات ، وهذا التسجيل يكون موضوع نشر في النشرة الرسمية (BOPI)⁽²⁾.

ثالثا - التشريع المصري :

أما في مصر إذا ما تقرر تسجيل العلامة التجارية ، تعين على المصلحة شهر تلك الموافقة في جريدة العلامات التجارية والتصميمات والنماذج الصناعية قبل إجراء التسجيل، وللغير أن يعترض على إجراء التسجيل مدعيا تشابه تلك العلامة مع علامة خاصة بذات فئة السلعة⁽³⁾. يكون تسجيل العلامة بقرار من مصلحة التسجيل التجاري ينشر في جريدة العلامات التجارية والتصميمات والنماذج الصناعية ، ويبدأ سريان التسجيل من تاريخ تقديم الطلب، ومن ثم يكون للتسجيل أثر رجعي⁽⁴⁾.

⁽¹⁾ Antoine Braun & Emmanuel Cornu , Précis des marques , 4 édition , 2004 , p. 287. Joanna Schmidt – Szalewski, et Jean – Luc Pierre, Droit de la propriété industrielle , 4 édition , Litec , Paris , 2007 , p. 228 . Cass . Com , 16 Juin 1964 : Ann . propr . ind . 1964 . p .260 .

⁽²⁾ BOPI : Bulletin Officiel de la Propriété Industrielle .

هي هيئة الاتصالات بفرنسا ، والمختصة بنشر كل ما هو جديد من أحكام وقوانين الخاصة بالملكية الصناعية .

V : Albert Chavanne et Jean Jacques Burst , op . cit , p. 624 .

⁽³⁾ راجع : أنور طلبية، حماية حقوق الملكية الفكرية، حماية حقوق الملكية الفكرية، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، 2006، ص 104 . عبد الرزاق السنهوري ، الوسيط في شرح القانون المدني، حق الملكية مع شرح مفصل للأشياء والأموال وقانون حماية حقوق الملكية الفكرية، تنقيح المستشار أحمد مدحت المراغي، منشأة المعارف ، الإسكندرية، 2004، ص 405 .

⁽⁴⁾ نقض مدني 24 / 01 / 1963 ، مجموعة أحكام النقض ، السنة 27 ق ، رقم 390 ، ص 180 . نقض مدني 09 / 04 / 1964 ، مجموعة أحكام النقض ، السنة 29 ق ، رقم 413 ، ص 535 .

رابعاً - التشريع الإنجليزي :

ذهب المشرع إلى تحديد إجراءات تسجيل العلامة التجارية والتي تبدأ من خلال طلب يقدم إلى الجهة المختصة بتسجيل العلامة التجارية، واشترط أن يتضمن هذا الطلب كل البيانات الواجب توافرها. حيث أجاز المشرع الإنجليزي لمسجل الدائرة المختصة فحص الطلب من خلال التأكد من البيانات الواجب توافرها في الطلب وأن العلامة يجوز تسجيلها وأنها غير محظورة⁽¹⁾. تأسيساً على ما سبق يمكن القول أنه بتوفر الشروط الموضوعية والشكلية في العلامة التجارية، يستطيع مالكا حمايتها جزائياً من الاعتداءات الواقعة عليها . أي أن العلامة التجارية غير المسجلة لا تتمتع بالحماية الجزائية وإنما تتمتع بالحماية المدنية فقط .

إذا تم التأكد من وجود كل الشروط السابق ذكرها في العلامة التجارية وخصوصاً شرط التسجيل ، حق لمالك العلامة أن يطالب بمسائلة المعتدي على علامته جزائياً . فمثلاً لو تحققت كل أركان جريمة تقليد العلامة التجارية أوتزويرها تقوم المسؤولية الجزائية في حق مرتكب هذه الجريمة .

لقيام جريمة تقليد العلامة التجارية يجب أن تكون العلامة المقلدة مستوفية لشروطها القانونية، وأن تكون مسجلة لدى الجهات ذات العلاقة ، ذلك أن التسجيل هو مناط الحماية الجزائية التي أسبغها المشرع الجنائي على ملكية العلامة، وعليه تقوم المسؤولية الجزائية لمرتكب جريمة الاعتداء على العلامة التجارية .

(1) Jerome Gilson , Trademark trial and appeal board manual of procedure (TBMP) , 1995 , p. 100 .

الفصل الثاني

الجرائم الواقعة على العلامات التجارية

تعرف الجريمة على أنها " كل عمل أو امتناع يجرمه النظام القانوني ، ويقرر له جزاء جنائياً، توقعه الدولة عن طريق الإجراءات التي رسمها المشرع " (1) . وتعتبر من ضروب الغش والخداع التقليدية جريمة تقليد العلامات التجارية لشركات عالمية مشهود لها بالكفاءة والإتقان في منتجاتها ، بل إنّ هناك مصانع حالياً تخصصت في كتابة البطاقات الجديدة ذات المواصفات العالمية لأشهر الماركات والعلامات .

وقد أدى التطور التجاري والاقتصادي إلى تنامي ظاهرة الاعتداء على العلامة التجارية بشكل كبير في الوقت الحاضر، ولما لهذه الظاهرة من مخاطر سلبية لا تقتصر آثارها على الإضرار بمالك العلامة وإنما تتعداه إلى جمهور المستهلكين والاقتصاد الوطني ، فقد سعت الدول منذ عهد ليس ببعيد إلى سنّ التشريعات الخاصة التي تكفل الحماية الجزائية للعلامة التجارية . ولذلك كان لابد من تدخل المشرع بطرق أكثر منهجية ومنطقية تسمح بمواجهة كل حالات الغش والخداع ، أي بالعمل على ملاءمة التشريع العقابي للوسائل الجديدة للغش عن طريق سن القوانين التي تضرب بيد من حديد على أيدي الغشاشين في كل مكان(2) .

(1) راجع : مصطفى محمد موسى ، التحقيق الجنائي في الجرائم الإلكترونية ، الطبعة الأولى ، مطابع الشرطة، القاهرة، 2008 ، ص 111 .

(2) إنّ الدعوى الجنائية الخاصة المقررة لحماية العلامات التجارية المسجلة لاترفع إلاّ من النيابة العامة فقط على خلاف الدعوى المدنية التي يجوز رفعها من كل من أصابه ضرر من تزوير العلامة أو تقليدها كتاجر التجزئة أوالمستهلك، وبناء على ذلك لا تقبل الدعوى الجنائية من غير مالك العلامة . طعن تجاري 14 / 6 / 1956، المبادئ التي قررتها محكمة النقض في ثمانية وستين عاما 1931- 1999 ، السنة 22، رقم 436، ص 723 . مشار إليه في : أحمد محمود حسني ، قضاء النقض التجاري ، منشأة المعارف ، الإسكندرية ، 2000 ، ص 540 .

حرم الإسلام الغش والخداع وكل وسائل سلب مال الغير بالاحتيال ، لأنها تشكل إخلالا بالمبادئ والقيم الإنسانية وتشويه صورة الحياة البشرية . ولقد بين لنا الرسول الكريم - عليه أفضل الصلاة و السلام - أن من يفعل ذلك ليس سائرا في منهج الإسلام القائم على الصدق والأمانة في المعاملات .

كما نهى الرسول - صلى الله عليه وسلم - عن الخلافة وهي كل أنواع الغش والخداع والاحتيال التي يستعملها البائع لتصرف بضائعه ، حيث قال رسول الله - صلى الله عليه وسلم - : " إذا بايعت فقل لا خلافة " (1) . ففي الصحيحين عن حكيم بن حزام قال : قال رسول الله - صلى الله عليه وسلم - : " البيعان بالخيار ما لم يتفرقا فإن صدقا وبينا بورك لهما ، وإن كذبا وكتما محت بركة بيعهما " ، وكذلك قوله - صلى الله عليه وسلم - : " من غشنا فليس منا " (2) .

هذا وبعد ثبوت تحريم الغش من الناحية الدينية ، فإنه واجب تحريم الاعتداء على العلامة التجارية من الناحية القانونية لأنها ضرب من ضروب الغش والخداع .

ولغرض إكمال هذه الدراسة وتحديد نطاق المسؤولية الجزائية في جرائم العلامات التجارية، لابد من بيان صور الجرائم التي تقع على العلامة التجارية ، وذلك من خلال دراسة النصوص الجزائية التي تضمنتها تشريعات العلامة التجارية ، بغية تحليلها ومعرفة ما إذا كانت هذه النصوص تحقق الحماية الكافية للعلامة التجارية أم لا .

عليه سيتم تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين ، المبحث الأول يتطرق إلى صور جرائم الاعتداء على العلامة التجارية والمبحث الثاني يتناول جرائم الغش والخداع في العلامات التجارية .

(1) عبد الله محمد بن اسماعيل البخاري ، صحيح البخاري ، حديث 5480 ، دار الحديث ، القاهرة ، 194 - 256 هـ ، ص 2117 . و معنى لاخلابة : لا خديعة أي لا تحل لك خديعتي ، أو لا يلزمني خديعتك .
(2) أبو الحسن مسلم بن الحجاج القشيري النيسابوري ، صحيح مسلم ، دار الكتب العلمية ، بيروت ، 2011 ، ص 200 .

المبحث الأول

صور جرائم الاعتداء على العلامة التجارية

إن الحماية الجزائية للعلامة التجارية تعدّ الحماية الفعالة والناجعة التي تكفل لمالك العلامة منع الاعتداءات التي تقع على علامته ، والتي يرنكبها منافسوه في إطار المنافسة غير المشروعة . ذلك أنّ المشرع وهو بصدد تقرير هذه الحماية لم يقتصر على تجريم الاعتداء على العلامة التجارية بتزويرها أو تقليدها أو استعمالها دون حق ، وإنما شمل بالتجريم أيضا صورا أخرى منها بيع المنتجات أو البضائع التي تحمل علامة مزورة أو مقلدة أو مستعملة دون حق أو عرضها للبيع أو التداول أو حيازتها بقصد البيع ، وذلك حتى يسهل تحديد المسؤولية الجزائية في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية .

يعد انتهاك العلامة التجارية جريمة ⁽¹⁾ كالجرائم المنصوص عليها في القانون ، يتغير نوعها بتغير الوصف القانوني للواقعة نتيجة اقترانها بظرف مشدد عدا ظرف العود ، ولا يتغير نوع الجريمة نتيجة تطبيق الظروف المخففة ⁽²⁾ .

على الرغم من أنّ التشريع الجنائي هو التشريع العام في مجال التجريم والعقاب، إلا أنه قد تبين في بعض الأحوال عدم كفايته لمواجهة صور وأشكال الإجرام الجديدة كجرائم تقليد العلامات التجارية . ولذلك كان لا بد من تدخل المشرع بطرق أكثر منهجية ومنطقية تسمح بمواجهة كل حالات الغش والخداع في العلامات التجارية، أي بالعمل على ملاءمة التشريع العقابي للوسائل الجديدة للغش عن طريق سن القوانين الرادعة .

(1) عرف القضاء الجزائري الجريمة بصفة عامة على أنها : " كل فعل أو امتناع عن فعل يعاقب عليه القانون جزائيا، سواء كان هذا الفعل أو الامتناع يكون مخالفة أو جنحة أو جناية " . طعن رقم 43-835 ، قرار الغرفة الجنائية الأولى الصادر في 1986/06/24، الجزائر، ص 400 . مشار إليه في : جيلالي بغدادي، الاجتهاد القضائي في المواد الجنائية، المؤسسة الوطنية للاتصال والنشر والإشهار، الجزائر، 1996 ، ص 296 .

(2) قرار المحكمة العليا ، طعن رقم 34-903 قرار الغرفة الجنائية الأولى الصادر في 1983/10/04 ، الجزائر، ص

وصور الاعتداء على العلامة التجارية يمكن أن تتمثل في الاعتداء على ذاتيتها ، والبعض الآخر يتمثل في الاعتداء على ملكيتها (1) . حيث سيتم التطرق إلى جرائم الاعتداء على ذاتية العلامة التجارية (المطلب الأول) ثم جرائم الاعتداء على ملكية العلامة التجارية (المطلب الثاني) .

(1) تفاقمت ظاهرة " تزوير العلامات التجارية"، حيث أفرز تقليد 41 في المائة من العلامات التجارية المحلية وفق تقارير رسمية ، ما يكبد الاقتصاد الجزائري خسائر تربو عن خمسة عشر مليون دولار كل عام ، علماً بأنّ الجزائر شرعت منذ عام 1997 في مكافحة ظاهرة التقليد والقرصنة على الأعمال الفكرية ، إلا أنّ الخبراء يجمعون على أنّ الجزائر مازالت متأخرة من حيث ترسانتها القانونية والعقابية لمواجهة المنتجات الحاملة للعلامات المغشوشة . كما أن ظاهرة "السلع الحاملة للعلامات التجارية المقلدة"، تنتمي بشكل مقلق في السنوات الأخيرة بعد انتهاجها لسياسة السوق المفتوحة، وكشف مدير محاربة الغش على مستوى إدارة الجمارك الجزائرية أن انتشار هذه العلامات في الجزائر مبعثه آسيا بـ 55 في المائة، تحديداً الصين 52 في المائة، و36 في المائة من إمارة دبي، إضافة إلى 35 في المائة من أوروبا و10 في المائة من الشرق الأوسط وحوض المتوسط . ولظاهرة "تزوير العلامات التجارية" تأثيرات سلبية على مسار انضمام الجزائر إلى منظمة التجارة العالمية وهي الخطوة المتعثرة منذ سنوات طويلة، بسبب فرض الطرف الأوروبي التعامل مع الجزائر، وفق قواعد صارمة في مجال حماية الملكية الفكرية والنسب العالية للقرصنة .

وتركّز المديرية العامة للمعهد الجزائري للملكية الصناعية ، الفجوة الحاصلة إلى هزال و ثقل الإجراءات القانونية والقضائية، مستدلة بكون القضاء الجزائري لم يصدر سوى 43 حكماً فحسب ضد المقلدين والقراصنة منذ حوالي 37 سنة من مجموع مائة متابعة قضائية جرى تحريكها ضدّ هؤلاء .

وكان المشاركون في الندوة الدولية حول العلامات التجارية المزورة التي احتضنتها الجزائر، حذروا من النتائج السلبية المترتبة عن ظاهرة تدفق العلامات المزورة والمغشوشة، ودعوا إلى صياغة منظومة قانونية متكاملة لمعالجة هذه الظاهرة التي بدأت تتفاقم بتزايد نشاط الشركات الأجنبية في مختلف البلدان.

وأكدت ندوة الجزائر أن تطويق هذه المشكلة يقتضي تعاوناً دولياً جاداً يتجاوز في أبعاده وأهدافه البرامج الوطنية التي عجزت باعتراف الخبراء عن إيقاف زحف هذه الكارثة الاقتصادية، بينما طرح مختصون قضية تعزيز مراقبة الحدود البرية والمطارات والموانئ وتشديد عمليات التفتيش بخصوص السلع والمنتجات المستوردة والتي كثيراً ما تكون مغشوشة وذلك باستعمال كل الوسائل العلمية والتكنولوجية المتاحة. راجع : كامل الشيرازي ، اتساع المخاوف الجزائرية إزاء تفاقم " تزوير العلامات التجارية "، إيلاف ، العدد 3035 ، الاثنين 14 يناير 2008 ، الجزائر، ص 10 . منشور يوم 12 سبتمبر 2012 على موقع :

<http://www.elaph.com>

المطلب الأول

جرائم الاعتداء على ذاتية العلامة التجارية

يقصد بجرائم الاعتداء على ذاتية العلامة التجارية تحديد الأفعال المعاقب عليها والتي تنصب على ذاتية العلامة التجارية ، وبيان الأفعال التي تلي وقائع الاعتداء على ذاتيتها ، حيث تنصب على استعمال هذه الذاتية المزيفة، وهنا يقوم الجاني بتوجيه أفعاله مباشرة على ذاتية العلامة (1).

يمكن أن يكتسي الاعتداء على العلامة أشكالا مختلفة في التشريع الجزائري ، بعضها يتمثل في الاعتداء على الحق في العلامة (Atteinte au droit à la marque) وهو اعتداء مباشر لأنه يمس موضوع الحماية القانونية ومثال ذلك : التقليد أي استعمال رموز مطابقة أو مشابهة للعلامة المسجلة ، والبعض الآخر يتمثل في الاعتداء على قيمة العلامة (Atteinte à la valeur de la marque) وهو اعتداء غير مباشر، ومثال ذلك : تصرف التاجر الذي يضع على منتجاته علامة مشهورة هي ملك الغير. ولعل الجنحة الأكثر انتشارا في الجزائر في وقتنا الراهن هي نقل علامة الغير دون تقليدها تماما وجعلها صورة مشابهة من شأنها خداع الجمهور .

وتأسيسا على ذلك يعاقب مرتكبو الأفعال الآتية : تقليد العلامة أو تشبيهاها، استعمال علامة مقلدة أو مشابهة ، اغتصاب علامة مملوكة للغير (2). وتعد هذه الجنح تلك التي كان منصوصا عليها في التشريع الفرنسي القديم والتي احتفظ بها حين تدوين قانون الملكية الفكرية الجديد الذي عرف مؤخرا تعديلات قصد النص على عقوبات أكثر صرامة (3). وبعد الإطلاع على نصوص التشريعات المقارنة الخاصة بالعلامة التجارية ، يمكن تقسيم الجرائم التي تنصب على ذاتية العلامة إلى جرائم مباشرة وأخرى غير مباشرة ، لذلك سنتم الدراسة على النحو التالي :

(1) راجع : هالة مقداد أحمد الجليلي، العلامة التجارية، الطبعة الرابعة ، المكتبة القانونية ، دمشق، 2004 ، ص 191.

(2) فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري ، المرجع السابق ، ص 257 .

(3) Arts. L. 716-9 et L. 716-10 C. Fr. Propr. Intell .

V : Paul Roubier , Le droit de la propriété industrielle , T.1 , Sirey , Paris, N°9 , 1952 , p.418. André - R Bertrand , Droit des marques , Signes distinctifs – Noms de domaine , 2^{ème} éd , Dalloz action , N °1.213 , 2005/2006, p.21.

الفرع الأول : جرائم الاعتداء المباشر على ذاتية العلامة التجارية

إن غياب القانون النموذجي العربي الموحد بشأن العلامات التجارية لعام 1975⁽¹⁾ في كامل أقاليم السوق يمكن معه أن يصبح كل إقليم مجالا خصبا للاعتداء على حقوق ملاك علامات تجارية من أقاليم أخرى، لاسيما وأن تحقيق الاعتداء أمر ميسور إذ لا يحتاج تقليد علامة تجارية ما لإمكانات كبيرة، فيكفي مثلا تسجيلها باسم المعتدي في الدول التي تستند فيها ملكية العلامة لمسجلها الأول أو يكفي أسبقيته في استعمالها في إقليم تستند ملكية العلامة فيه للمستعمل الأول⁽²⁾.

في هذا النوع من الجرائم يوجه الجاني أفعاله مباشرة على ذاتية العلامة التجارية، وذلك إما بنقل العلامة المسجلة نقلا كاملا مطابقا للأصل ووضعها على سلعة مشابهة، بقصد خداع وتضليل المستهلك في مصدر تلك السلعة كما هو الحال في جريمة تزوير العلامة التجارية. أو أن يجري تعديلا طفيفا عليها بحيث يصل التشابه في المظهر العام بين العلامة الأصلية والعلامة المشوبة بالتقليد إلى درجة الخلط بين العلامتين كما هو الحال في جريمة التقليد⁽³⁾.

على هذا فإن جرائم الاعتداء المباشر على ذاتية العلامة التجارية يضم جريمتي تزوير العلامة التجارية وتقليدها، وقد نصت عليهما التشريعات الخاصة بالعلامة التجارية، وحددت لهما الجزاء المناسب، إلا أن المشرع الجزائري نص على جريمة التقليد فقط. وهذا ما سنتطرق إليه بمزيد من التفصيل :

(1) راجع : جمال محمود عبد العزيز، نحو قانون موحد للعلامات لدول مجلس التعاون الخليجي، مجلة الحقوق، الكويت، العدد 2، السنة 31، يونيو 2007، ص 187.

(2) محمد حسين إسماعيل، صعوبات تطبيق القانون النموذجي العربي بشأن العلامات التجارية، مجلة الحقوق، الكويت، العدد الثالث، السنة السادسة، ذو القعدة 1402 هـ - سبتمبر 1982 م، ص 238.

(3) هالة مقداد أحمد الجليلي، العلامة التجارية، المرجع السابق، ص 192.

لمزيد من التفصيل عن جريمة التقليد راجع موقع المديرية العامة للجمارك الجزائرية :

http://www.douanes.dz/lcf/contrefacon_fichiers/cadre%20legal.pdf

أولاً- جريمة تقليد العلامة التجارية (1) :

تطرق جميع تشريعات العلامة التجارية لجريمة التقليد كصورة من صور الاعتداء على العلامة التجارية ، وقررت لها الجزاء المناسب⁽²⁾. ولقيام جريمة تقليد العلامة التجارية يجب أن تكون العلامة المقيدة مستوفية لشروطها القانونية ، وأن تكون مسجلة لدى الجهات ذات العلاقة؛ ذلك أن التسجيل هو مناط الحماية الجزائية التي أسبغها المشرع الجنائي على ملكية العلامة⁽³⁾ ، والتي على إثرها تتحقق المسؤولية الجزائية في جرائم العلامات التجارية .

نص المشرع الجزائري على شرط وجوب تسجيل العلامة حيث قال : " ... يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الإستثنائية لعلامة قام به الغير خرقاً لحقوق صاحب العلامة ..."⁽⁴⁾ .

(1) راجع : آمنة صامت ، جرائم الغش والتدليس في العلامات التجارية ، مجلة دراسات قانونية ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، العدد 12، سنة 2015 ، ص 167 . سوسن سعيد شندي، جرائم الغش التجاري ، دار النهضة العربية، القاهرة، 2010، ص 122 . سعيدة راشدي، حماية العلامات التجارية من جريمة التقليد في القانون الجزائري، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، جامعة عبد الرحمان ميرة ، بجاية ، العدد 1 ، 2012 ، ص 221 .

(2) المادة 32 من الأمر رقم 06-03 المتعلق بالعلامات الجزائرية : " ... فإن كل شخص ارتكب جنحة تقليد، يعاقب بالحبس من ستة أشهر إلى سنتين وبغرامة من مليونين وخمسمائة ألف دينار 2.500.000 دج إلى عشرة ملايين دينار 10.000.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين ... " .

V : art. L. 716-9 (mod. Par la loi № 2007- 1544 du 29 octobre 2007) C. Fr . propr . intell. : " Est puni de quatre ans d'emprisonnement et de 400.000 euros d'amende le fait pour toute personne , fournir , offrir a la vente ou louer des marchandises présentées sous une marque contrefaite : ... " . et art. L. 716-10 (mod . par la loi № 2007- 1786 du 19 decembre 2007) du même code : " Est puni de trois ans d'emprisonnement et de 300.000 euros d'amende le fait pour toute personne : ... " .

المادة 113 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري تنص على أنه : " ... يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن شهرين وبغرامة لا تقل عن خمسة آلاف جنيه ولا تجاوز عشرين ألف جنيه أو بإحدى هاتين العقوبتين :

- كل من زور علامة تجارية تم تسجيلها طبقاً للقانون أو قلدها بطريقة تدعو إلى تضليل الجمهور ... " .

(3) Adrien Laborde , Traité Théorique et pratique des marques de fabrique et de commerce , Sirey , Paris , N°273 , 1914 , p.201 .

(4) المادة 26 من الأمر رقم 06-03 المتعلق بالعلامات .

كما اشترط المشرع الفرنسي في القانون الصادر في سنة 1964 الخاص بالعلامات التجارية وجوب تسجيل العلامة ، وقرر أن حق الملكية لا يكون نهائيا ولا يحتج به في مواجهة الغير إلا بعد التسجيل الذي يعقب الإيداع (1) .

وهنا قضت محكمة النقض المصرية (2) بأن تسجيل العلامة ركن في جريمة تقليدها أو استعمالها بسوء قصد ومن ثم يتعين على الحكم استظهاره ، وإلا كان قاصرا في بيان الواقعة المستوجبة للعقاب . وذهبت هذه المحكمة إلى القول بأن تسجيل العلامة التجارية هو مناط الحماية التي أسبغها القانون رقم 57 لسنة 1939 على ملكيتها بتأثير تقليدها أو استعمالها من غير مالكةا، وبذلك لا يستفيد مالك العلامة من الحماية الجزائية إلا إذا كانت مسجلة .

لم يتوقف انتهاك العلامة التجارية على الأساليب التقليدية فقط ولكن كان لتفاعل ثورة الاتصالات مع العولمة الاقتصادية وما نتج عنه من بروز التجارة الإلكترونية وما أفرزته من وسائل جديدة وحديثة لانتهاك العلامات التجارية على شبكات الإنترنت وهو ما يعرف بالقرصنة الإلكترونية أو تقليد العلامات التجارية عبر الإنترنت (3) . وعليه سننظر لجريمة تقليد العلامة التجارية بالأساليب التقليدية ثم تقليد العلامة التجارية عبر الإنترنت على النحو التالي :

(1) Albert Chavanne, Jean-Jacques Burst, op. Cit, p. 685 . Propriété intellectuelle, Législation ,JCP- La semaine juridique entreprise et affaires, n° 36 - 6 septembre 2001, p. 1353. Catherine Vernert, Evolution jurisprudentielle en matière d'appréciation de la contrefaçon de marque , JCP-La semaine juridique entreprise et affaires, n° 12- 22 mars 2001 .p.485 .

(2) طعن جنائي 1966 /05/23، مجموعة أحكام محكمة النقض المصرية ، السنة 36 ق ، رقم 887 ، ص 686 .
 مشار إليه في: يوسف الأبيض، بحث التزييف والتزوير بين الحقيقة والقانون، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 2006 ، ص 500 .

(3) راجع : عبد الفتاح بيومي حجازي، الجرائم المستحدثة في نطاق تكنولوجيا الاتصالات الحديثة، المركز القومي للإصدارات القانونية ، القاهرة ، 2011 ، ص 2 .

1 - جريمة تقليد العلامة التجارية بالأساليب التقليدية :

تعد جريمة تقليد العلامة التجارية هي الأساس في الجرائم الواقعة على الحق في العلامة، كما يطلق جانب من الفقه⁽¹⁾ على جميع صور التعدي على العلامة التجارية لفظ "جرائم التقليد".

وقيام المسؤولية الجزائية في هذه الجريمة مرهون بوجود الركن المادي والمعنوي فيها ، إلا أن التشريعات الخاصة بالعلامات التجارية لم تحدد أركان هذه الجريمة ، مما يقتضي الرجوع إلى القواعد العامة لتحديد أركانها⁽²⁾ والمتمثلة فيما يلي :

أ- الركن الأول : الركن المادي

ويتمثل العنصر المادي في جريمة تقليد العلامة التجارية في فعل التقليد ، حيث لم تتعرض قوانين العلامات التجارية إلى تعريف يبين ماهية التقليد⁽³⁾ المتصور في نطاق هذه الجرائم ، لذا فقد عرفه غالبية الفقه⁽⁴⁾ بأنه اصطناع ختم أودمغة أوعلامة مزيفة تقليدا للأشياء الصحيحة ، أي مشابهة لها في شكلها سواء أكان التقليد متقنا أم غير متقن ، بل كل ما يشترط فيه أن يكون كافيا لخداع الجمهور عن حقيقتها الزائفة . وقد يكون التقليد باصطناع الختم أوالدمغة أوالعلامة ، أي الآلة المحدثة لهذه الأشياء ، أوالأثر والطابع المأخوذ منها .

(1) محمد منصور أحمد ، المرجع السابق ، ص 126 .

(2)راجع : فتوح الشاذلي، عفيفي كامل عفيفي، جرائم الكمبيوتر وحقوق المؤلف والمصنفات الفنية ودور الشرطة والقانون، دراسة مقارنة، الطبعة الثانية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2007، ص 76. محمد زكي أبو عامر، قانون العقوبات، القسم الخاص، الطبعة الخامسة، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية ، 2005 ، ص 6 .

(3)عبد الفتاح بيومي حجازي ، التزوير في جرائم الكمبيوتر والإنترنت، دار الكتب القانونية ، مصر، 2008 ، ص 221 . كمال سعدي مصطفى، الملكية الفكرية، حق الملكية الأدبية والفنية، الطبعة الأولى ، دار دجلة، الأردن، 2009، ص 196 . شحاته غريب شلقامي، الملكية الفكرية في القوانين العربية ، دراسة لحقوق المؤلف والحقوق المجاورة ولخصوصية حماية برامج الحاسب الآلي، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية ، 2008 ، ص 345 .

(4) فتوح عبد الله الشاذلي، شرح قانون العقوبات، القسم الخاص، دار المطبوعات الجامعية ، الإسكندرية، 2010 ، ص 366 . فرج علواني هليل ، جرائم التزييف والتزوير والطعن بالتزوير وإجراءاته ، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 2005 ، ص 170 . رؤوف عبيد ، جرائم التزييف والتزوير، الطبعة الخامسة ، دار الوفاء ، الإسكندرية، 2007 ، ص

فالركن المادي في جريمة تقليد العلامة التجارية يكون بنقل العناصر الأساسية للعلامة أونقل بعضها مع إضافة شيء عليه ، بحيث يصعب على المستهلك العادي التفرقة بينهما في ذلك الشبه لما فيها من خداع وتضليل .

إنّ اختلاف الوسائل المستخدمة للوصول إلى تقليد العلامة لا يؤثر في قيامها ، إذ يستوي أن يتم التقليد باقتباس رسم مشابه أو مجموعة ألوان أو أغلفة مشابهة أو باتخاذ نفس التسمية مع إضافة كلمة أخرى كأسلوب أوصيغة على شكل أو نوع أو طريقة ، ويستوي في ذلك أن يتم التقليد بواسطة النسخ الذي يتم بموجبه أخذ عناصر من العلامة دون أن يتم إنتاجها تماما بحيث يؤدي ذلك إلى تضليل المستهلك⁽¹⁾.

يشترط في جريمة تقليد العلامة التجارية أن يكون غش المستهلك وتضليله ناشئا عن وجود تشابه بين العلامتين الأصلية والمقلدة ، بحيث يصعب عليه التمييز بين العلامتين ، وبالتالي إذا انتفى هذا التشابه انتفت حالة الغش أوالتضليل ، ومن ثم فلا جريمة⁽²⁾.

وعليه لا تقوم جريمة تقليد العلامة التجارية إذا كانت المنتجات الحاملة للعلامة المقلدة تختلف عن المنتجات الحاملة للعلامة الأصلية بصورة واضحة ، كأن تكون من نوع مختلف أو من صنف آخر وذلك لانتهاء علة تطبيق النص الذي يفترض وقوع المستهلك في الغش والتضليل، إذ بدون ذلك يتخلف ركن من أركان الجريمة . ولا يشترط أن يقع الخلط والتضليل فعلا لتحقق جريمة تقليد العلامة التجارية، بل يكفي أن يكون ذلك ممكنا ومحتمل الوقوع⁽³⁾.

(1) راجع : محمد حافظ الرهوان، دور الشرطة في مواجهة التقليد والغش التجاري، مجلة كلية الدراسات العليا متخصصة في علوم الشرطة، كلية الدراسات العليا بأكاديمية مبارك للأمن، القاهرة ، العدد الخامس عشر، يوليو 2006 م – جماد آخر 1427 هـ ، ص 160 .

(2) إدوارد غالي الذهبي ، الجرائم المخلة بالثقة العامة في قانون العقوبات الليبي ، الطبعة الأولى ، المكتبة الوطنية ، ليبيا، 1972 ، ص 99 .

(3) عبد القادر عزت ، جرائم التزييف والتزوير، الطبعة الثالثة ، دار أسامة الخولي للنشر والتوزيع ، القاهرة، 2002 ، ص 15 . إلياس ناصيف ، الكامل في قانون التجارة ، المؤسسة التجارية ، الطبعة الثانية ، منشورات البحر المتوسط وعويدات، بيروت، 1985 ، ص 258 . رياض فتح الله بصله ، حدود الإثبات العلمي في قضايا التزييف والتزوير، دراسة في المفاهيم والأساليب والإجراءات ، دار نوبار للطباعة ، القاهرة، 2001 ، ص 15 .

والأمثلة الدالة على هذا كثيرة ، فمثلا مسحوق الغسيل " إريال " يرتبط في ذهن الجمهور برسم يطلق عليه في هذا المجال الوردة الخضراء أو الزرقاء ، ومن ثم فإن المستهلك يلتقط المسحوق الذي يحمل هذا الرسم دون أن يدقق ويتحقق من كلمة " إريال " في حد ذاتها للتحقق من أنها العلامة التي يقصدها (1).

لم يحدد المشرع الجزائري في ظل الأمر رقم 66-57 السالف الذكر مفهوم التقليد، إلا أنه تدارك هذا الفراغ ونص عليه في الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات : " يعد جنحة التقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الإستثنائية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة " (2).

وبهذه الأحكام تبنى المشرع الجزائري المفهوم الواسع للتقليد ، إذ يقصد به عامة كل التصرفات التي يقوم بها الغير إهدارا لحقوق صاحب البراءة ، أي كل الأعمال التي ترتكب مخالفة لحقوقه الشرعية . كما أن لعبارة التقليد معنا ضيقا كذلك وهو " اصطناع علامة مطابقة تطابقا تاما للعلامة الأصلية " ، أما التشبيه فهو " اصطناع علامة مشابهة بصفة تقريبية للعلامة الأصلية من أجل خداع المستهلكين " .

انطلاقا مما سبق يمكن القول أنّ المشرع الجزائري بتبنيه المفهوم الواسع للتقليد عند إصداره للأمر رقم 03-06 ، يكون قد سلك مسلك المشرع الفرنسي .

وعادة ما تكتشف جنحة التقليد بسبب استعمال العلامة ، وتعد الجنحة مرتكبة اعتبارا من تاريخ نقل العلامة الأصلية ، وينجر عن ذلك أن عملية الإيداع كافية في حد ذاتها لإثبات وجود التقليد طالما كان الإيداع متعلقا بعلامة هي في الحقيقة نقل لعلامة الغير؛ ويلاحظ أنّ النقل عنصر كاف لبيان وجود التقليد، ولا يهم إذا كانت هذه العلامة قد استعملت فعلا أم لا، كما لا يهم إذا كانت قد استعملت كعلامة أوبالعكس كاسم تجاري أو شعار، أو إذا وضعت بالفعل على المنتجات .

(1) بلغ عدد القضايا في مجال التعدي على العلامات التجارية في مصر خلال عام 2005 م حوالي 352 قضية ، ومن أمثلة القضايا التي تم ضبطها : ضبط محل لبيع أدوات كهربائية مغشوشة وغير مطابقة للمواصفات وتحمل أسماء وعلامات تجارية مسجلة ومملوكة للغير (هنا غش وتقليد واعتداء على حقوق الملكية الفكرية) . راجع : محمد حافظ الرهوان ، دور الشرطة في مواجهة التقليد والغش التجاري ، المرجع السابق، ص 184 . رجائي الدقي ، مختار سعد ، العلامات التجارية ودورها في حماية المنتج والمستهلك، مطبعة الإسكندرية ، الإسكندرية، 2000 ، ص 71 .

(2) المادة 26 أولا من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات الجزائرية .

أما في مجال العطور فقد سمحت الحياة العملية للجوء إلى " لوائح المطابقة " (Tableaux de concordance) لتجنب الحظر القانوني، ويتعلق الأمر بصنع عطور لبيعها تحت تسمية عادية أوتحت رقم، مع بيان في اللائحة العلامة المشهورة التي تقابلها وبالرغم من أن فرنسا اعتبرت هذا التصرف جنحة " استعمال علامة " ، إلا أنه يجب وصفه " كجنحة تقليد علامة " لأنه لا يشترط لارتكاب هذه الأخيرة وضع العلامة على المنتجات .

يعاقب جزائيا على تقليد العلامة في حد ذاته ، أي يكفي لوجود الجنحة إثبات أن الفعل يتمثل في اصطناع علامة مطابقة تطابقا تاما للعلامة الأصلية (1) .

من خلال الأحكام الراهنة نستشف بأن المشرع الجزائري قد استبعد التمييز بين التقليد بحصر المعنى والتشبيه ، إذ نص على أنه يعد جنحة تقليد لعلامة ما مسجلة كل عمل يقوم به الغير إضرارا بالحقوق الاستثنائية لصاحب العلامة ، وعند تحديده للرموز المستبعدة من التسجيل ولتعزيز موقفه ، استعمل بصورة متساوية العبارتين " المماثلة (المطابقة) أو المتشابهة" ، وهذا دليل على أن التشبيه يكون تقليدا ويخضع لنفس العقوبة .

قضت المحكمة العليا بالجزائر أنه : " يعد تطبيقا سليما وصحيحا للقانون القضاء برفض دعوى تقليد علامة تجارية لنفس المنتج على أساس عدم وجود تشابه بين العلامتين (لنفس المنتج) من شأنه إحداث لبس وخط عند المستهلك متوسط الانتباه " (2) .

يلاحظ أن المحاكم الجزائرية كانت قد قدرت التقليد بالنظر إلى التشابه الإجمالي ، أي العناصر الجوهرية والمميزة للعلامة المحمية ، أكثر من الفروق الجزئية أو الطفيفة التي لا يستطيع المستهلك تحديدها فمثلا تسمية " Banita " الممنوحة لعطر معين اعتبرت تقليدا لتسمية " Habanita " (3) . كما اعتبر تقليدا كل استعمال قنينات ، أي زجاجات لها نفس الشكل (4) .

(1) فرحة زراوي صالح ، المرجع السابق ، ص 260 .

Jean-Christophe Galloux, A propos de l'application dans le temps de la loi de lutte contre la contrefaçon , Recueil Dalloz, n° 5, 31 janvier 2008, p.303 .

(2) المحكمة العليا الجزائرية ، القضية رقم 261209 المؤرخة في 05 / 02 / 2002، المجلة القضائية ، العدد الأول ، الجزائر، 2002 ، ص 265 .

(3) مجلس قضاء الجزائر، 30 يناير 1969 ، قضية (أ.س) وشركة " Molinard " ضد (ق . شركة الرياض)، غير منشور . مشار إليه في : فرحة زراوي صالح ، الكامل في القانون التجاري الجزائري، المرجع السابق، ص 261 .

(4) محكمة الجزائر، القسم التجاري 3 يونيو 1971 ، قضية شركة " Piver " ضد (ق . شركة الرياض)، بالنسبة للعلامات " Rêve D'or " و " Rêve Désire " ، غير منشور . مشار إليه في : فرحة زراوي صالح ، المرجع نفسه، ص 262 .

في المقابل عرف التشريع الفرنسي في السنوات الأخيرة تعديلات كثيرة ، خاصة بعد التوجيه الأوروبية رقم 104/89 المؤرخة في 21 ديسمبر 1988⁽¹⁾ ، مما أدى إلى جمع كافة الاعتداءات الواقعة على العلامة تحت مصطلح التقليد الذي أصبح يشمل التقليد بالنقل La contrefaçon par reproduction ، والتقليد بالتشبيه La contrefaçon par imitation⁽²⁾ .

أما القضاء الفرنسي⁽³⁾ فقد صرح بأنه في غالب الأحيان لا يكون التقليد عبارة عن استنساخ للعلامة ، ولكن قد يكون جزئياً أو مع بعض الإضافات مثلاً : علامة " kendo " تم إيداعها وهي تستخدم للملابس ، وتقليد هذه العلامة هي " kenzo " ⁽⁴⁾ . وكذلك الاستنساخ الجزئي يمكن أن يكون تقليداً لها ، هذا عندما ينفصل عنصر معزول عن الجميع ويعرض الصفة المهمة والمميزة ⁽⁵⁾ .

وقد اشترط المشرع الفرنسي أن يكون ذلك بقصد الغش، كما أنه عدّد الطرق التي تقع بها الجريمة، بالحذف والتحريف والتعديل، وعدّد أيضاً الأشياء الواقعة عليها الجرم وحتى الأسماء والإمضاءات والمختصرات والخطابات والأرقام والرموز أو العلامات أياً كان نوعها .

(1) Pour une étude comparative de cette directive (art. 5-1) et du droit français (arts. L. 713-2 et L. 713-3 C. Fr. Propr. Intell) . J. Daleau, Propriété intellectuelle, Recueil Dalloz, n° 19-2008, p. 1274.

(2) Cour de cassation , com, 8 avr, 2008 – 06 – 10. 961 .

(3) V: J. Azéma et J-C . Galloux , Droit de la propriété industrielle, 6^e éd, Dalloz , n° 1365 , 2006, p.500 . J. Passa , Droit de la propriété industrielle , T.1, LGDJ, n° 53 , 2006 , p.701.

V : Organisation mondiale des douanes (OMD) contrefaçon et piraterie : Crime du XXI^e siècle ? . <http://publications.wcoomd.org>

(4) V: Paris, 29 oct 1984 : Ann. Propr. Ind. 1984, p. 194 : La dénomination " West Jean 's " est la contrefaçon de la marque " Jeans west " désignant des pantalons .

Paris, 21 avr 1988 : Ann. Propr . ind 1989, p. 268 . Paris, 27 mai 1992 : D. 1992. inf . rap. p. 240: " Page Jeunes " est la contrefaçon de " Pages Jaunes " désignant un service d 'annonces. Cass. Com, 19 oct 1999 : PIBD 1999, 688, III, 542 , " kendo " ne contrefait pas " kenzo " . Paris, 23 juin 2000 : PIBD 2000, 708 , III, 555 : " Betterware " contrefait " Tupperware " pour des boites en plastique . Cass. Com, 10 juillet 2007 , 05-18. 571 Arrêt N° 967.

(5) Paris, 14 juin 2000 : PIBD 2000, 706, III, 478 . Versailles, 5 mai 1993 : PIBD 1993, 554, III , 654 : " Coca " contrefait " Coca cola " . Cass . com , 27 févr 2001 : PIBD 2001 , 720 , III, 265, " Ston valley " contrefait " Sun valley " . V: <http://www.couredecassation.fr>

كما خرج المشرع الفرنسي على القواعد العامة وقرر عقاب شركاء الفاعل الأصلي بذات عقوبات الفاعل الأصلي⁽¹⁾، وذلك حرصا على مصلحة المستهلكين .

أما المحاكم الفرنسية ، فهي تعاقب على التقليد الشامل للعلامة حتى وإن لم يعرض المستهلك للخلط بين العلامتين الأصلية وغير الأصلية⁽²⁾، ويعاقب على التقليد الجزئي شريطة أن يكون الجزء المقلد مميزا ومحتميا. واعتبر كذلك تقليدا حذف عنصر من العلامة الأصلية المركبة إذا كانت العناصر الباقية هي العناصر الجوهرية والمميزة للعلامة الأصلية⁽³⁾. غير أن القضاء الفرنسي كان قد استبعد جنحة التقليد كلما كان العنصر المقلد - المأخوذ من علامة مركبة (marque complexe) - قد فقد فرديته وطابعه المميز نظرا لاندماجه في مجموعة ما غير قابلة للتجزئة ، وبالعكس يعتبر تقليدا إضافة بيانات مبتذلة .

تبعاً لهذا تكون جنحة التقليد كل تصرف يتمثل في أخذ علامة الغير ولو أضيف إليها الاسم الشخصي للتاجر، لأن هذه العملية تهدف قبل كل شيء إلى خداع الجمهور⁽⁴⁾.

(1) Article L217-2 Code de la consommation modifié par art. 71 Loi n°2003-239 du 18 mars 2003 - JORF 19 mars 2003 :

" Sera punie des peines prévues par l'article L. 213-1 toute personne qui aura frauduleusement supprimé, masqué, altéré ou modifié de façon quelconque les noms, signatures, monogrammes, lettres, chiffres, numéros de série, emblèmes, signes de toute nature apposés ou intégrés sur ou dans les marchandises et servant à les identifier de manière physique ou électronique. Seront punis des mêmes peines les complices de l'auteur principal " .

(2) V : A. Chavanne , La contrefaçon de marque et le danger de confusion en droit français , mélange R. Roblot, L.G.D.J, 1984, p. 129 : " La contrefaçon de marque existe indépendamment de tout risque de confusion " . V. Aussi : com. 26 juin 1973 , D, 1974 , p. 558 . com . 30 octobre 1973 , D , 1974 , I.R , p .5.

(3) La marque " Nuptia-cortège " pour désigner des robes de mariées a été considérée comme une contrefaçon de la marque " Pronuptia " . V. Rouen, 28 mai 1984 , RTD , com et éco , N°1, janvier – mars 1985, p.111 .

(4) En 1998, l'organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) estimait que la contrefaçon représentait 5 à 7% du commerce mondial . V: OCDE , les incidences économiques de la contrefaçon, 1998:

<http://www.oecd.org/dataoecd/>

V. aussi:

<http://www.douane.gouv.fr/data/file/>

كما ذهبت محكمة النقض المصرية إلى تعريف تقليد العلامة التجارية ، حيث صرحت بأنه: "من المقرر أن تقليد العلامة التجارية يقوم على محاكاة تتم بها المشابهة بين الأصل والتقليد ، وأن العبرة بمحاكاة الشكل العام للعلامة في مجموعها والذي تدل عليه السمات البارزة فيها دون تفاصيلها الجزئية ..."(1).

استقر القضاء المصري على أن واقعة تقليد العلامة التجارية من سلطة قاضي الموضوع دون رقابة عليه من محكمة النقض . ومن الأفضل للقاضي أن يسترشد وهو يقدر التقليد بمقاييس ، وهنا استند القضاء المصري على ما يلي (2) :

- العبرة بأوجه الشبه لا بأوجه الخلاف ، فقد تتضمن العلامة متى قورنت بالعلامة الحقيقية فروقا كثيرة، ومع ذلك فإنها تظل في مجموعها شبيهة بالعلامة الحقيقية إلى حد أن يكون من المحتمل الخلط بينهما(3). كما يجب ألا تتم المقارنة بدراسة أوجه الشبه لكل جزئية من جزئيات العلامة بل ينظر إلى التشابه العام ، أي تشابه العلامة في مجموعها مع العلامة الحقيقية (4) .

- يحسن بالقاضي ألا ينظر إلى العلامتين في وقت واحد ، وإنما ينظر إليهما تباعا ، فبيداً بالعلامة الحقيقية ، ثم يرفعها وينظر إلى العلامة المقلدة ، فإذا كانت الصورة التي تتركها العلامة الثانية في ذهنه تذكره بالصورة التي تركتها العلامة الأولى ، فالتقليد قائم .

- العبرة بالمستهلك المتوسط الحرص والانتباه ، فعلى القاضي أن يسأل نفسه : هل من شأن الشبه القائم بين العلامتين التضليل بهذا المستهلك وحمله على الخلط بينهما ؟ فإذا كان الجواب إيجابا ، فالتقليد قائم . وإذا كان سلبا ، فلا تقليد .

(1) نقض جنائي 1994/05/03 ، مجموعة أحكام محكمة النقض المصرية ، السنة 61 ق ، رقم 13954 ، ص 605 .

نقض جنائي 1990/11/26 ، مجموعة أحكام محكمة النقض المصرية ، السنة 58 ق ، رقم 8061 ، ص 1055 .

(2) طعن 2000/04/18 ، المجموعة المدنية ، السنة 62 ق ، رقم 6611 ، ص 500 .

(3) محسن شفيق ، القانون التجاري المصري ، المرجع السابق ، ص 544 .

(4) طعن 1982/11/14 ، مجموعة أحكام محكمة النقض المصرية ، السنة 52 ق ، رقم 5288 ، ص 87 . حيث قضت المحكمة بتشابه العلامتين " نيدو " و " ميدو " .

قضت محكمة النقض المصرية بتطبيق أحكام الحماية الجزائية عند تقليد العلامة سواء كانت العلامة مملوكة للقطاع العام أو الخاص دون تمييز بينهما . طعن 1969/12/29 ، مجموعة أحكام محكمة النقض المصرية ، السنة 39 ق ، رقم 950 ، ص 1467 . قرار محكمة النقض المصرية في الطعن الجنائي 04 / 05 / 1954 ، السنة 22 ق ، رقم 1297 ، ص 900 . مشار إليه في : معوض عبد التواب ، الوسيط في جرائم الغش والتدليس وتقليد العلامة التجارية من

الناحيتين الجنائية والمدنية ، الطبعة السادسة ، عالم الفكر والقانون للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 2002 ، ص 454 .
W. R.Cornish, Intellectual property , Patents, Copyright, Trade marks and allied rights , London , 1999, p. 444 .

- يكفي أن يكون من شأن التقليد تضليل الجمهور ووقوعه في الخطأ . فلا يشترط أن يقع التضليل فعلا ، وإنما يكفي باحتمال وقوعه . إذ لا يقصد المشرع من سن العقوبة على التقليد حماية مالك العلامة فحسب، وإنما يهدف أيضا إلى حماية المستهلكين و تلافي وقوعهم في الخطأ (1) .

انطلاقا مما سبق يمكن اعتبار التقليد في ذاته جريمة ، ولو لم تستعمل العلامة المقلدة . لأن القانون فصل بين التقليد من جهة واستعمال العلامة المقلدة من جهة أخرى، وأقام من كل هذه الأفعال جريمة قائمة بذاتها .

على هذا الأساس، توقع العقوبة على من قام بعمل العلامة المقلدة ، سواء أصنعها لحسابه أم لحساب غيره ، وعلى من أمر أو أوصى بتقليد العلامة ، فإذا أوصى تاجر صاحب مطبعة بتقليد علامة منافس وطبعها ، اعتبر كل من التاجر وصاحب المطبعة مرتكبا لجريمة التقليد (2) .

ب- الركن الثاني : القصد الجنائي

إن تقليد العلامة يعاقب عليه جزائيا في حد ذاته ، أي يكفي لوجود الجنحة إثبات أن الفعل يتمثل في اصطناع علامة مطابقة تطابقا تاما للعلامة الأصلية ، فلا يشترط توافر العنصر المعنوي ، فالعنصر المادي كاف. وهكذا فإن القصد ليس شرطا لازما لإثبات وجود الجنحة، أي لا يفرض البحث عن نية مرتكب الفعل الضار، حسنة كانت أو سيئة . ولا تتضمن الأحكام القانونية عبارة "التدليس" أو "القصد" بالنسبة لجنحة التقليد (3).

(1) محسن شفيق ، القانون التجاري المصري ، المرجع السابق ، ص 546 .

(2) وقد أرست محكمة النقض المصرية بخصوص هذه الجنحة مبادئ هامة هي : أن العبرة بأوجه الشبه دون أوجه الخلف، وكذلك بالمظهر العام الذي ينطبع في الذهن بالنظر إليها في مجموعها دون التفاصيل ، أو إلى كل عنصر من مكوناتها ، كما أن وضع كلمة تقليد لا ينفي عن الفعل وصف الجريمة . وقد تعددت التطبيقات القضائية المصرية لهذه المبادئ ، نذكر أهمها :

- رفض تسجيل علامة تجارية لثبوت خلوها من العناصر المميزة لها لتكونها من رسم بسيط شائع الاستعمال بالنسبة لمنتجات الخيوط ، كما أنه لا يمت إلى رسم زهرة البنفسج بصلة . واعتبرت المحكمة عبارة " Super Violet " بيانا تجاريا يدل على لون ونوع المنتجات شأنه في ذلك شأن باقي البيانات التجارية الواردة بطلب التسجيل ولا تشير إلى أي رسم. محكمة القضاء الإداري المصرية (هيئة منازعات الأفراد والهيئات) ، 22 نوفمبر 1960 ، مجموعة أحكام القضاء الإداري ، س 15 ق ، رقم 45 ، ص 46 . طعن إداري 10 فبراير 1962 ، مجموعة المبادئ القانونية التي قررتها المحكمة الإدارية العليا ، س 11 ق ، رقم 1249 ، ص 326 .

V. aussi : Cass. Com 30 mai 2007 . 06-14. 842. Arrêt N° 788 .

<http://www.coursupreme.dz/?p=jurisprudence>

(3) المادة 26 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات الجزائري .

أما في مصر فقد اختلفت الآراء في هذا الخصوص حول ما إذا كانت سوء نية الفاعل شرطا من شروط توافر الجريمة أم لا . فذهب البعض⁽¹⁾ إلى أنّ التقليد يعاقب عليه لمجرد وقوعه حتى لو انتفى القصد الجنائي ، أو لو كان مرتكب الفعل حسن النية في إحداث اللبس بين العلامتين حتى وإن لم يقصد تضليل جمهور المستهلكين .

الأساس الذي يستند عليه هذا الرأي هو أنه من الواجب على كل تاجر أن يلجأ إلى سجل العلامات التجارية حتى يتأكد قبل صنعه علامة تجارية لتمييز بضائعه ، من أن علامته لا تختلط أو تتشابه مع علامة أخرى لتمييز ذات النوع من البضاعة ، كما أنه من النادر أن يقع التطابق أو التشابه مصادفة ودون قصد .

2- جريمة تقليد العلامة التجارية عبر الإنترنت⁽²⁾ :

لقد تعرض المشرع الأمريكي لتعريف ظاهرة القرصنة الإلكترونية بأنها: " تسجيل وتعقب وبيع أو استخدام العنوان الإلكتروني بنية الترويج من شهرة علامة تجارية مملوكة لمشروع ما وتظهر نية الترويج في قيام القرصان بمحاولات بيع العنوان إلى المالك الأصلي للعلامة التجارية للحصول على ربح تجاري". كما عرف الفقه التقليد الإلكتروني أو السطو الإلكتروني للعلامات التجارية بأنه : " قيام شخص لايمتلك أي حقوق على العلامة بتسجيل هذه العلامة في صورة عنوان الكتروني على شبكة الانترنت بقصد الإضرار بمالك هذه العلامة أو بقصد بيعه (العنوان الإلكتروني) إلى مالك العلامة التجارية بثمن مغالى فيه " ⁽³⁾.

(1) راجع :عبد الحكم فوده ، جرائم التزييف والتزوير، مقارنا بالتشريعات العربية ، في ضوء مختلف الآراء وأحكام محكمة النقض ، الطبعة الأولى ، دار الفكر والقانون ، المنصورة ، 2008 ، ص 51 .

(2) أمنة صامت، الحماية الجزائية للعلامة التجارية من جريمة التقليد، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العلوم الاقتصادية والقانونية، جامعة حسينية بن بوعلي، الشلف، العدد 13، جانفي 2015، ص 90 . نادية زاووني، التنازع بين العلامة والعنوان الإلكتروني، مجلة المعارف، قسم العلوم القانونية، جامعة أكلي محند أولحاج، البويرة ، السنة التاسعة ، العدد 19، ديسمبر 2015، ص9. محمود كيلاني عبد الراضي، المشكلات العملية الناتجة عن استعمال العلامات التجارية كأسماء للمواقع على الإنترنت، مجلة الدراسات القانونية، كلية الحقوق، جامعة أسبوط، العدد الثلاثون، 2011، ص 503 .

(3) عمر محمد بن يونس، الاتهام في جرائم الملكية الفكرية في القانون الأمريكي ، العدوان التقليدي والعدوان باستخدام الحاسوب والإنترنت ، ترجمة وعرض للمرشد الفيدرالي الأمريكي للاتهام في جرائم الملكية الفكرية، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2005 ، ص 49 . وقد يستخدم الكمبيوتر كأداة في الجريمة ، وذلك بتقليد أو تزوير علامة تجارية عبر الإنترنت . وفي هذا راجع: محمد إبراهيم زيد، مقدمة في علم الإجرام وعلم العقاب، دار الهدى للطبوعات، الإسكندرية ، 2007 - 2008 ، ص 266 .

إن القانون يحمي العلامة التجارية بالنسبة للمنتجات والخدمات المحددة في طلب التسجيل ، ويترتب على مبدأ التخصص أنه لا يجوز استخدام العلامة التجارية المملوكة لشخص ما . وقد يطرح تطبيق هذا المبدأ صعوبات كثيرة على الإنترنت في حالة كون مسجل العنوان الإلكتروني غير مالك للعلامة التجارية التي يمثلها، ففي هذه الحالة سيؤدي إلى حرمان صاحب الحقوق المشروعة عليها المتمثلة في تسجيل علامة على شبكة الإنترنت قد سبق تسجيلها من جانب شخص آخر (1).

قام العديد من الأشخاص باستغلال هذا الوضع في غياب الحظر القانوني (2)، ومن أوائل النزاعات الخاصة بمواقع الإنترنت القضية التي فصلت فيها المحاكم الأمريكية سنة 1996 ، والتي رفعتها شركة " Hasbro " ضد مجموعة الإنترنت للتسلية والترفيه ، حيث كانت " Hasbro " مالكة للعلامة التجارية " Condy Land " منذ سنة 1951 ، وتستهملها كعلامة مميزة لألعاب الأطفال ، فاستغلت مجموعة الإنترنت العلامة في شكل " Condy Land " لأغراض أخرى . وبالتالي حصلت " Hasbro " على حكم قضائي ضد الحائز على موقع الإنترنت ، كما سمح لها بتسجيل اسم دومين " Condy Land .com " باسمها ، نظرا لأن مصلحة الشركة " Hasbro " تزيد على مصلحة الشركة الأخرى ، كما أن ذلك أدى إلى غش الجمهور . ولتحديد أركان هذه الجريمة يقتضي الرجوع إلى القواعد العامة في التشريع العام ، والمتمثلة فيمايلي :

أ- الركن الأول : الركن المادي

يتمثل الركن المادي في القرصنة الإلكترونية للعلامات التجارية في قيام شخص سواء أكان طبيعيا أم معنويا لا يمتلك أي حقوق على العلامة بتسجيلها في صورة عنوان إلكتروني على شبكة الإنترنت .

ب- الركن الثاني : القصد الجنائي

وتكتمل الجريمة بالقصد الجنائي المتمثل في نية الإضرار بمالك العلامة أي بنية الترح من شهرة علامة تجارية مملوكة لمشروع ما ، وذلك ببيع العنوان إلى المالك الأصلي للعلامة التجارية للحصول على ربح تجاري .

(1) راجع: كوثر مازوني، الحماية القانونية للعلامة التجارية عبر الشبكة الرقمية، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية

الاقتصادية والسياسية ، كلية الحقوق ، جامعة الجزائر، العدد 4 ، 2011 ، ص 301 .

(2) رضوان عبيدات ، تزوير العلامات التجارية وموقف المشرع الأردني ، مجلة الدراسات ، الجامعة الأردنية، العدد 26،

1999 ، ص 720 .

ثانيا - جريمة تزوير العلامة التجارية :

لقد تناول المشرع المصري جريمة تزوير العلامة التجارية في المادة 113 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري ، وذلك بأن عاقب بالحبس مدة لا تقل عن شهرين وبغرامة لا تقل عن خمسة آلاف جنيه ولا تجاوز عشرين ألف جنيه أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من زور علامة تجارية تم تسجيلها طبقا للقانون .

يقصد بتزوير⁽¹⁾ العلامة اصطناع علامة مطابقة تماما للعلامة الأصلية ، أي اقتباسها بشكل تام وحرفي دون تغيير⁽²⁾. ويرى بعض الفقه⁽³⁾ أن التزوير يقصد به نقل العلامة حرفيا وتاما بحيث تصبح العلامة المزورة صورة طبق الأصل من العلامة الحقيقية .

ويفرق هؤلاء بين التزوير والتقليد فيقولون بأنّ الفرق بين التزوير والتقليد هو أن الأول نقل مطابق للعلامة كلها دون تعديل أو إضافة، أما التقليد فهو صنع علامة تشبه في مجموعها العلامة الحقيقية . وهذا يؤيد ما قضت به محكمة النقض المصرية⁽⁴⁾.

(1) التزوير لغة : تزيين الكذب ، وهي كلمة مشتقة من الزور، والزور من أبرز معانيه الكذب . راجع : نديم مرعشلي وأسامة مرعشلي ، الصحاح في اللغة والعلوم ، دار الحضارة العربية ، بيروت، 1974 ، ص 551 .

(2) راجع : أكثم الخولي ، القانون التجاري اللبناني المقارن ، الطبعة الثانية ، دار النهضة العربية ، بيروت، 1967 ، ص 441. رياض فتح الله بصله، حدود الإثبات العلمي في قضايا التزييف والتزوير، المرجع السابق ، ص 14 . كامل السعيد ، شرح قانون العقوبات ، الجرائم المضرة بالمصلحة العامة ، دراسة تحليلية مقارنة ، الطبعة الأولى ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، الأردن، 2008 ، ص 9 . حسن صادق المرصفاوي ، المرصفاوي في قانون العقوبات ، منشأة المعارف ، الإسكندرية ، 1978 ، ص 103 .

(3) حسين يوسف غنايم ، حماية العلامة التجارية ، مجلة الشريعة والقانون ، كلية القانون والشريعة ، العين ، جامعة الإمارات العربية المتحدة ، العدد 9، 1995 ، ص 49 . جعفر مشيمش ، جريمة التزوير، دراسة مقارنة ، الطبعة الأولى ، منشورات زين الحقوقية ، لبنان، 2009 ، ص 14 . منصور عمر المعاينة ، الأدلة الجنائية والتحقيق الجنائي لرجال القضاء والإدعاء العام والمحامين وأفراد الضابطة العدلية ، الطبعة الأولى ، دار الثقافة ، عمان ، 2009 ، ص 229 . محمد حماد مرهج الهيتمي ، الموسوعة الجنائية في البحث والتحقيق الجنائي ، أصول البحث والتحقيق الجنائي ، موضوعه أشخاصه والقواعد التي تحكمه ، دار الكتب القانونية ، مصر، 2008 ، ص 452.

(4) قررت محكمة النقض المصرية ما يلي : " إذا كان التزوير لا يثير صعوبة عند ضبط العلامة المزورة حيث يكون التتابع كاملا وتاما، إلا أنه قد تنور صعوبة في تقدير ما إذا كانت العلامة المقلدة أو غير مقلدة ، وتعتبر واقعة تقدير التقليد من عدمه مسألة موضوعية تتعلق بوقائع الدعوى ويختص بها القاضي دون رقابة عليه من محكمة النقض " . طعن 18 / 04 / 2000 ، مجموعة أحكام محكمة النقض المصرية ، السنة 61 ق ، رقم 6611 ، ص 800 .

ويبدو أنه لم يكن من الملائم استخدام مصطلح التزوير في مجال المساس بالعلامات التجارية في التشريع المصري، والاكتفاء فقط بمصطلح التقليد المناسب كوسيلة للتعبير عن أغلب صور الاعتداء الماسة بالعلامات التجارية، ويمكن أن نستدل على ملاءمة استخدام مصطلح التقليد وحده في هذا المجال دون حاجة لمصطلح التزوير إلى ما يلي :

لم يستخدم المشرع المصري مصطلح التزوير بالمادة 208 من قانون العقوبات عند تجريمه المساس بالأختام أو التمغات أو العلامات، فجاء هذا النص صريحا في عقاب كل من " قلد " ختما أو تمغة أو علامة ... ، وذلك على الرغم من أنّ المادة 208 السالفة الذكر قد وردت في الباب الخاص بالتزوير، إلا أن المشرع المصري قد حرص على التمييز بين فعل التزوير وفعل التقليد، حتى وإن جاء بنص المادة 206 من هذا الباب عقاب كل من " قلد " أو " زور " إلا أنه قد جاء بنص المادة 208 السالفة الذكر مقتصرًا فقط على مصطلح التقليد لملاءمته لصور الاعتداء على العلامات التجارية، والتي يصعب أن نعتبرها محررا يرد عليه التزوير بالمعنى المعروف له .

لم يستخدم المشرع الفرنسي مصطلح التزوير بالمعنى المعروف في قانون العقوبات لديه بمناسبة تحديد صور الأفعال الماسة بالعلامات التجارية، فاستخدم مصطلحات أخرى حتى لا يختلط الأمر بموضوع التزوير، فاستخدم المشرع الفرنسي مصطلح التزوير *Le faux* عنوانا للفصل الأول من الكتاب الثالث في قانون العقوبات، وذلك لتحديد جرائم التزوير المختلفة بالمواد من 1-441 إلى 12-441. ولكنه لم يستخدم مصطلح التزوير نهائيا، ولم نجد لهذا المصطلح أثرا عند معالجته لصور الاعتداء الماسة بالعلامات التجارية، فاستخدم مصطلحات أخرى لا تمت بصلة لمصطلح التزوير حتى لا يختلط بمعناه وبحكمه، فلم يتناول في قانون الملكية الفكرية إلا مصطلح التقليد *La contrefaçon*⁽¹⁾، كما استخدم مصطلح نسخ العلامة التجارية *La reproduction* .

إضافة لمصطلح محاكاة العلامة التجارية *L' imitation*⁽²⁾، وأيما ما كان بشأن معنى هذه المصطلحات التي استخدمها المشرع الفرنسي في مجال تحديد صور الأفعال الماسة بالعلامات التجارية إلا أنه كان حريصا ألا يزوج بمصطلح التزوير في هذا المجال، ولعله ابتغى من وراء ذلك التمييز بين العلامة التجارية كموضوع للتقليد والمحرر بصفة عامة كموضوع للتزوير.

(1) Arts . L.716 -9 et L. 716-11 C.Fr. Propr. Intell.

(2) Arts. L. 713- 2 et L. 713-3 C.Fr. Propr. Intell .

V. aussi : Tristan Azzi , La lutte contre la contrefaçon , Recueil Dalloz , n° 11-13 mars 2008, P.700.

يلاحظ أنّ المشرع الجزائري اقتصر على ذكر جنحة التقليد في المادة 32 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية ، مما يدعو إلى الاعتقاد أنه أغفل ذكر باقي جرائم التعدي على العلامة التجارية ، إلا أنه ذكر في المادة 26 من الأمر ذاته أنه يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة ما قام بها الغير خرقاً لحقوق صاحب العلامة ، وهذا يعني أنّ أي فعل يقع على العلامة التجارية المسجلة ويمس حقوق صاحب العلامة يعدّ جريمة يعاقب عليها القانون .

يعتقد أنه من الأحسن أن يسلك المشرع الجزائري مسلك نظيره المصري ويذكر صراحة الجرائم التي تقع على العلامة التجارية ، وذلك حتى لا يجعل النص يحتمل التأويل .

1- الركن الأول : الركن المادي

إنّ تزوير العلامة معناه اصطناع علامة مطابقة للعلامة الأصلية ، وهو كفعل مادي ينصب على عملية صنع (طبع) العلامة فقط . لذا فإنّ الجريمة تتم بمجرد فعل التزوير، أي بمجرد ارتكابه ، وبكفي مجرد صنع الختم الذي يستخدم لوضع العلامة أو صناعة الشريط المتضمن العلامة ، وألزجاجات ذات الشكل والشارات التي تعبر عن العلامة، أو طباعة الأغلفة التي تحمل العلامة ، ولو لم تقترن هذه الأفعال باستعمال العلامة في التجارة .

فلا تعد الأفعال السابقة مجرد شروع في ارتكاب الجريمة ولكنها تكوّن الجريمة ذاتها، هذا مع مراعاة أن يكون تنفيذ التزوير قد تم فعلاً فلا يكفي للقول بحصول جريمة التزوير أن يكون الصانع أو الحفار قد تلقى طلباً بصنع العلامة متى كان الطلب لم ينفذ بعد⁽¹⁾ .

لذلك فإنّ قوام الركن المادي في جريمة تزوير علامة تجارية هو فعل التزوير، والذي يتطلب فيه توفر أمرين. أولهما أن يتم هذا الفعل بصورة تؤدي إلى خداع غيره وتضليله وبالتالي عدم استطاعته التمييز بين البضائع التي تحمل علامة مزورة وتلك التي تحمل العلامة الأصلية . وثانيهما أن يتم ذلك بدون موافقة صاحب العلامة ، أما إذا تم بموافقه فإنّ ذلك لا يشكل تزويراً ، وبالتالي تنتفي عنه صفة الاعتداء، ويقع عبء إثبات موافقة صاحب العلامة على المتهم⁽²⁾ .

(1) راجع : أحمد محمد محرز، القانون التجاري ، الطبعة الثانية ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2003 ، ص 323.

(2) صلاح الدين سلمان الأسمر، العلامة التجارية في القانونين الأردني والمصري ، مطبعة التوفيق ، عمان، 1986 ،

تطبيقاً لذلك قضي بأن جريمة تزوير العلامة التجارية تكون إذا أضاف المزور إلى علامة الغير اسمه الشخصي أو أية علامة أخرى إضافية ، وأنه لا يلزم استعمال العلامة المزورة (1).

وطالما أن العبرة بالفعل المادي أي صنع العلامة فإن العقوبة تفرض على كل من قام بصنع العلامة المزورة ، فالرسام أو صاحب المطبعة الذي يقوم عن علم برسم وإعداد العلامة المزورة بتكليف من المنتج أوالتاجر أوالصانع يعد مرتكباً للجريمة ، مع مراعاة أن يكون الفعل المادي قد تم فعلاً (2). ويمكن أن يقع التزوير بشكل كامل ويقصد به التزوير الحرفي، وكذلك يمكن أن يقع بشكل جزئي ويقصد به التزوير شبه الحرفي والذي لا يظهر سوى اختلاف ضعيف جداً، إضافة إلى أن التزوير يمكن أن يكون جزءاً قائماً على عنصر أساسي في علامة مركبة .

وبهذا يتضح اتجاه التشريعات الخاصة بالعلامات التجارية إلى تعميم المسؤولية الجزائية لتشمل المنتج والتاجر والرسام وصاحب المطبعة . ويبدو أنه اتجاه سليم، لأنه يؤدي إلى الحد من جرائم الاعتداء على العلامة التجارية، وبالتالي فإنه يوفر أكبر قدر من الحماية الجزائية للعلامة .

ولجريمة تزوير العلامة التجارية هدفين ، الأول يتمثل في الاعتداء على العلامة التجارية ، أما الثاني فيتمثل في غش المستهلك وتضليله ، وذلك لما يخلفه التزوير من خطر عدم التمييز من جانب المستهلك بين المنتجات التي تحمل العلامة الأصلية وتلك التي تحمل العلامة المزورة (3).

لذلك لا تتحقق جريمة تزوير العلامة التجارية إذا كان الغرض من تزوير العلامة استعمالها لتمييز منتجات تختلف عن منتجات مالك العلامة ، إلا أن الاعتداء على الحق في ملكية العلامة لا يكون إلا في نطاق المنتجات المتشابهة ، فإذا اختلفت المنتجات عن بعضها انتفت الجريمة . ولا يلزم أن يقع الخلط والتضليل لدى المستهلك ، بل يكفي أن يكون ذلك ممكن الوقوع . كما أنه لا يشترط أن يكون مالك العلامة قد أصابه ضرر فعلي من جراء تزوير العلامة .

(1) طعن مدني 04 / 02 / 1954 ، المجموعة القضائية ، السنة 21 ق ، رقم 331 ، ص 486 .

(2) راجع : علي محمد الصغير، قانون العقوبات الخاص ، الطبعة الأولى ، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 1987، ص 295 .

(3) حسين توفيق فيض الله، اتفاقيات (GATT / WTOF) وعولمة الملكية الفكرية ، مطبعة جامعة صلاح الدين، العراق ، 1999 ، ص 133 .

إذ أنّ الفقه (1) استقر على أنّه حتى لو لم تلحق مالك العلامة التجارية أضراراً مادية إلا أنّ أضراراً معنوية تترتب بمجرد المساس بحق مالك العلامة، لذلك ليس للمحكمة أن تبحث في مدى حصول الضرر أو احتمالية حصوله طالما ثبت لديها وقوع التزوير (2).

ويبدو أنّ هذا الرأي يميل إلى الصواب وذلك أنه حتى لو لم يحصل الضرر المادي، إلا أنه يمكن حدوث أضرار معنوية من جراء المساس بحق صاحب العلامة لهذا على المحكمة أن تراعي هذا، إذ أن مهمة القانون حماية مصلحة الفرد والجماعة.

وتقدير وجود تشابه بين علامتين تجاريتين بشكل يدعو إلى غش المستهلك وتضليله يعدّ من المسائل الموضوعية التي تدخل ضمن السلطة التقديرية لقاضي الموضوع، وتراعي المحكمة جملة من المعايير سبق وأن تعرضنا لها في جريمة تقليد العلامة التجارية، والتي تعتبر في مجموعها ضابطاً لتحديد المقصود بالتضليل والخداع للمستهلك.

2 - الركن الثاني : القصد الجنائي

وهنا سنتناول الحديث عن القصد الجنائي العام والخاص على النحو التالي :

أ- القصد الجنائي العام :

تعدّ جريمة تزوير العلامة التجارية من الجرائم العمدية (3)، والتي يجب لقيامها توافر القصد الجنائي العام والذي يعني انصراف إرادة الجاني إلى ارتكابها مع العلم بأركانها المحددة قانوناً، إذ يتعيّن أن يعلم الجاني بماهية فعله وبماهية الموضوع الذي ينصب عليه، وأن تتجه إرادته إلى ذلك الفعل وآثاره، وبهذا العلم والإرادة يقوم القصد الجنائي العام (4).

(1) مصطفى كمال طه، القانون التجاري اللبناني، المرجع السابق، ص 756.

(2) قرار محكمة استئناف القاهرة، في الطعن المدني 24 / 12 / 1952، السنة 68 ق، رقم 186، ص 300. مشار إليه في: عبد المعين لطفي جمعة، موسوعة القضاء في المواد التجارية، دار الكتاب العربي للطباعة والنشر، القاهرة، 1967، ص 243.

(3) راجع: فخري عبد الرزاق الحديثي، قانون العقوبات، الجرائم الاقتصادية، الطبعة الثانية، مطبعة التعليم العالي، بغداد، 1987، ص 149.

(4) محمود نجيب حسني، شرح قانون العقوبات، القسم الخاص، الجرائم المضرة بالمصلحة العامة، دار النهضة العربية، القاهرة، 1972، ص 265.

ب- القصد الجنائي الخاص :

إن القصد الخاص مفترض في هذه الجريمة ، وذلك أن تسجيل العلامة التجارية قرينة على العلم بها، خاصة بالنسبة للتاجر والذي يفترض فيه أن يكون عالما بمجموع العلامات التجارية المسجلة وذلك بحكم العرف التجاري ، كما أن فعل التزوير لا يمكن اعتباره من باب المصادفة البحتة (1).

وقد ثار خلاف في الفقه المصري حول مدى اشتراط القصد الجنائي الخاص والمتمثل بسوء نية الفاعل كشرط من شروط قيام الجريمة ، فقد ذهب جانب من الفقه (2) إلى أن تزوير العلامة معاقب عليه في ذاته استقلالا عن سوء القصد ودون أن يكون للمتهم إثبات حسن نيته، وذلك لأن النص خلا من عبارة " بسوء القصد " التي وردت بشأن جريمة استعمال علامة مزورة أو مقلدة ... مما يقطع بأنه لا يشترط في جريمة التزوير توافر سوء النية .

في حين يرى البعض الآخر (3) أن القصد الجنائي مفهوم ضمنا في كل جرائم التعدي على العلامة التجارية ، حيث ذهب أصحاب هذا الرأي إلى وجوب اشتراط القصد الجنائي في جريمة تزوير العلامة التجارية، إذ أنه ليس من المقبول أن يحاسب الأفراد عن أفعال لم تصدر منهم عن رغبة حقيقية بالإجرام والأذى ، وأن حرمان مرتكب التزوير من إثبات حسن نيته واتخاذ واقعة تسجيل العلامة قرينة قاطعة على علمه بالعلامة لا يخلو من العنت ، وبذلك تكون مجافاة للعدالة .

ويجانب الرأي الأول الصواب لصريح النص ، ولأنّ حكمة التشريع تلمي الأخذ به إذ يفترض فيمن يصنع علامة جديدة أن يكون على علم بالعلامات السابقة التي تميّز منتجات منافسة وأنّ التزوير معاقب عليه في ذاته دون حاجة لإثبات سوء النية ، والأصل هو عدم قبول الدفع بحسن نية المتهم ، غير أنه - ولنفس حكمة التشريع - يجوز للمتهم إثبات حسن نيته متى كانت ظروف الحال تجعله في وضع لا يتصور معه افتراض علمه بالعلامات المميزة لمنتجات منافسة .

(1) محمد حسني عباس ، الملكية الصناعية والمحل التجاري، المرجع السابق ، ص 339 .

(2) راجع : عوض محمد ، القصد الجنائي في تزوير المحررات، مجلة الحقوق ، كلية الحقوق ، جامعة الإسكندرية ، العدد الثاني ، 1970، ص 430 .

(3) سميحة القليوبي ، الملكية الصناعية ، المرجع السابق ، ص 542 و 543 .

الفرع الثاني : جرائم الاعتداء غير المباشر على ذاتية العلامة التجارية (1)

تتفق جرائم هذا الفرع مع جرائم الفرع الأول في أنها تعتبر اعتداء على الحق المقرر على العلامة، إلا أنها تختلف عنها في أن الاعتداء فيها لا يوجّه مباشرة على ذاتية العلامة وإنما ينصب على استعمال هذه الذاتية المزيفة .

وتشمل جرائم الاعتداء غير المباشر جريمتين، الأولى هي جريمة استعمال علامة مزورة أومقلدة ، والثانية جريمة بيع بضائع أومنتجات تحمل علامة مزورة أومقلدة أوعرضها للبيع أوللتداول أوحيازتها بقصد البيع . ولهذا سيتم تناول هاتين الجريمتين على النحو الآتي :

أولاً- جريمة استعمال علامة مزورة أو مقلدة :

يقصد بهذه الجريمة أن يقوم الجاني بوضع العلامة المزورة أومقلدة على بضائعه أومنتجاته المشابهة أو المماثلة للبضائع والمنتجات التي تحمل العلامة الأصلية، إذ لا يشترط في هذه الجريمة أن يكون الجاني قد قام بفعل التزوير أوالنقليد، بل يكفي أن يقوم باستعمال العلامة المزورة أومقلدة لأن ذلك سيؤدي حتما إلى غش وتضليل المستهلك(2).

تناولت غالبية التشريعات الخاصة بالعلامة التجارية هذه الجريمة ويترتب على تدخل المشرع بتجريم استعمال العلامة المزورة أومقلدة اعتبارها جريمة مستقلة عن جريمة التزوير أوالنقليد، وعليه فإن مرتكب التزوير أوالنقليد يعاقب ولو لم يستعمل العلامة المزورة أومقلدة و أنّ من يستعمل العلامة المقلدة أو المزورة يعاقب على فعله ولو لم يرتكب فعل التزوير أوالنقليد أويساهم فيه(3)، فإذا كان من ساهم بالتزوير أوالنقليد هو الذي استعمل العلامة المزورة أو المقلدة فإنه يكون مسؤولاً عن جريمتين هما جريمة التزوير أوالنقليد وجريمة الاستعمال لاستقلال أركان كلتا الجريمتين(4). وتقوم جريمة الاستعمال على ما يلي :

(1) راجع : آمنة صامت، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية، دراسة مقارنة، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية، 2011 ، ص 156 وما بعدها .

(2) ناصر عبد الحلیم السلامات، المرجع السابق ، ص 310 .

(3) المادة 26 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات الجزائري .

Art . L.713-3 C. Fr. Propr. Intell .

المادة 113 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري .

(4) مصطفى مجدي هرجة ، التعليق على قانون العقوبات في ضوء الفقه والقانون ، القسم الخاص ، الطبعة الأولى ، منشأة المعارف ، الإسكندرية ، 1988 ، ص 197 .

1- الركن الأول : الركن المادي

يتمثل الركن المادي لهذه الجريمة بالاستعمال، والذي يعني وضع العلامة المزورة أو المقلدة على المنتجات أو البضائع⁽¹⁾.

يعاقب المشرع الجزائري كل من استعمل علامة مقلدة أو مشبهة، أي علامة مماثلة أو مشابهة⁽²⁾. ولقد بين بوضوح أنّ تسجيل العلامة يخول لصاحبها الحق في منع الغير من استعمال علامته استعمالا تجاريا دون ترخيص مسبق منه على سلع أو خدمات مماثلة أو مشابهة لتلك التي سجلت العلامة من أجلها.

وأكثر من ذلك، يحق له متابعة كل من استعمل لغرض تجاري علامة -أو اسما تجاريا- مشابهة تكاد تحدث لبسا بين سلع وخدمات مطابقة أو مشابهة⁽³⁾. ومن ثمّ يجب أن تتوفر الجنحة على عنصر مادي هو ضرورة وجود تقليد مسبق، ولا يهم إذا كان القائم بتقليد العلامة يختلف عن القائم باستعمالها، إذ تعدّ جنحتين متميزتين. لهذا فإنّ جنحة الاستعمال (Le délit d' usage) لا تقع بمجرد وضع العلامة ... لأنّ كلا من هذين الفعلين جنحة مستقلة .

(1) أحمد محرز، المرجع السابق، ص 323.

(2) المادة 26 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات الجزائرية : " مع مراعاة أحكام المادة 10 أعلاه، يعدّ جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمسّ بالحقوق الإستثنائية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة . يعدّ التقليد جريمة يعاقب عليها بالعقوبات المحددة في المواد 27 إلى 33 أدناه ."

Art . L. L713-3 C. Fr. Propr. Intell :

" Sont interdits...L'imitation d'une marque et l'usage d'une marque imitée, pour des produits ou services identiques ou similaires à ceux désignés dans l'enregistrement "

المادة 113 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري تنص على أنه : " ... يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن شهرين وبغرامة لا تقل عن خمسة آلاف جنيه ولا تجاوز عشرين ألف جنيه أو بإحدى هاتين العقوبتين : - كل من استعمل بسوء قصد علامة تجارية مزورة أو مقلدة ... " .

رغم أنّ صياغة النص لم تشر إلى أن تكون العلامة التجارية قد تم تسجيلها على خلاف النص الوارد بالمادة ذاتها فقرة أولى، إلا أنه من المستقر عليه فقها وقضاء اشتراط تسجيل العلامة التجارية لتمتع صاحبها بالحماية الجزائية الخاصة عند الاعتداء عليها بأي صورة من صور الاعتداء المنصوص عليها في المادة 113 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية .

(3) المادة 9 الفقرتين 2 و3 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات الجزائرية .

V. aussi , art. L. 713- 2 (a) C. Fr. Propr. Intell . sur ce sujet , v : Albert Chavanne , Le délit d' usage de marque et son évolution , mélanges P. Mathly , Litec , 1990 , p. 101 .

ولا شك في أنّ الاستعمال يعاقب عليه مهما كان ، ومثال ذلك استعمال علامة مقلدة كعنوان للمتجر أو كاسم تجاري (1) .

يعتقد أنّ العقوبة تنصب على من يأمر بوضع العلامة على سلعة هو مالكاها . وغالبا ما تقع جريمة الاستعمال مرتبطة بجريمة التزوير أو التقليد، فيكون من يستعمل العلامة هو من يقوم بصنعها أو يأمر بصنعها، فيعتبر عندئذ مرتكبا لجريمة التزوير أو التقليد ، ولجريمة الاستعمال في ذات الوقت . وتعتبر الجريمتان مرتبطتين ، لأنهما تنفيذاً لقصد جنائي مشترك ، ولذا لا توقع بشأنهما إلا عقوبة واحدة(2) .

ومن المتصور وقوع جريمة الاستعمال منفصلة عن جريمة التزوير أو التقليد ، ومثال ذلك أن يشتري شخص متجرا ويجد ضمن مقوماته علامة مزورة، فيستمر في وضعها على السلع مع علمه بتزويرها أو تقليدها. وتتوفر جريمة الاستعمال ولو لم يقع بيع السلعة التي تحمل العلامة المزورة أو المقلدة أو عرضها للبيع .

على هذا يعتبر الاستعمال في ذاته جريمة ولو وقع منفصلا عن كل فعل آخر، كالتزوير أو التقليد أو بيع السلع التي تحمل العلامات المزورة أو المقلدة أو عرضها للبيع، وقد جعل المشرع منه جريمة قائمة بذاتها، لأنه خشي أن يضبط المتهم قبل أن يعرض السلع للبيع ودون أن يكون قد قام بتزوير العلامة أو تقليدها فيفلت من العقاب، فأراد المشرع أن يحيط به من كل جانب ، وأن يتبع القصد الجنائي في جميع مراحلها ، فلم يقتصر على وضع عقوبة على التزوير أو التقليد وبيع السلع التي تحمل العلامات المزورة أو المقلدة ، وإنما أراد أيضا أن يعاقب على الفعل المتوسط بينهما، وهو وضع العلامة المزورة أو المقلدة على السلع .

لا يشترط أن توضع العلامة المزورة أو المقلدة على السلعة ذاتها ، فقد تلصق على الأوعية أو الأغلفة أو الإعلانات المخصصة للإشهار عن السلعة وترويج بيعها. وإنما يجب أن تستعمل العلامة على سلعة من نوع السلعة التي تستخدم العلامة الحقيقية لتميزها، وإلا فلا جريمة .

(1) فرحة زراوي صالح ، الكامل في القانون التجاري الجزائري ، المرجع السابق ، ص 270 .

(2) محسن شفيق ، القانون التجاري المصري ، المرجع السابق ، ص 548 .

يعتقد أنه يشترط لقيام جريمة استعمال علامة مزورة أو مقلدة، أن يتم الاستعمال بوضع العلامة على المنتجات أو البضائع . إذ أنّ المقصود بالاستعمال هو الاستعمال المادي بمرافقة المنتجات ومن ثمّ عرض المنتجات على وكلاء لكي يمثلوا الشركة أو المؤسسة في بيع منتجاتها، وكذلك يعدّ الوكيل بالعمولة مرتكبا لهذه الجريمة عند توزيعه لتلك المنتجات أو البضائع . والقانون يعاقب على الاستعمال نفسه ، وليس بذات أهمية أنّ من يستعمل العلامة يكون المزور نفسه أو الموصى بالتزوير أو التقليد، وذلك كما يحدث في حالة شراء تاجر لمتجر وجد به بضائع تحمل علامة مزورة أو مقلدة أو كشيئات لهذه العلامات ، فيعتبر هذا التاجر المشتري مرتكبا لجريمة استعمال علامة مزورة أو مقلدة .

يكفي أن تستعمل العلامة المزورة أو المقلدة ولو لمرة واحدة ، فلا يشترط إذن تكرار الاستعمال، ومع ذلك يجوز أن يعتبر عدم التكرار ظرفا مخففا⁽¹⁾. ولا أهمية بصنف السلعة التي توضع عليها العلامة المزورة أو المقلدة، فقد يكون صنفها أرقا بكثير من صنف السلعة التي تستخدم العلامة الحقيقية لتمييزها، فلا ينفي هذا الوضع وقوع الجريمة، بل إنه قد يعتبر ظرفا مشددا، لأنّ وضع العلامة على سلع من صنف رديء مما يضرّ بشهرة السلعة الحقيقية ويلحق بصاحبها أشدّ الأذى .

كما يتطلب كذلك لقيام هذا الركن أن يكون محل الاستعمال علامة مزورة أو مقلدة لعلامة تم تسجيلها طبقا لأحكام القانون، لذا يجب البحث أولا عما إذا كانت جريمة التزوير أو التقليد قد توافرت بجميع أركانها .

2- الركن الثاني : القصد الجنائي

يرى الفقه الجزائري⁽²⁾ أنّ جنحة استعمال علامة مقلدة لا تستلزم عنصر القصد ، تبعا لهذا لا يسمح للمقلد أن يتمسك بحسن نيته ، فهو يخضع للعقوبة المنصوص عليها قانونا .

وعلى غرار كافة الجنح التي تمسّ بحقوق صاحب العلامة ، ونظرا لعمومية النص القانوني⁽³⁾، فإنه يجب اعتبار أنّ المشرع الجزائري لم يفرض مثله مثل المشرع الفرنسي⁽⁴⁾ أن يتوافر في جنحة التشبيه العنصران المادي والمعنوي، وهذا بالرغم من أنه يشترط وجود علامة مشبهة من شأنها خداع المستهلك . كما لا تهم كيفية التشبيه إجماليا كان أوجزيا ، ولا تهم طريقة استعمال العلامة .

(1) راجع : صلاح زين الدين الناهي ، الملكية الصناعية والتجارية ، الطبعة الأولى ، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع ، الأردن، 2000 ، ص 411 .

(2) فرحة زراوي صالح ، المرجع السابق ، ص 270 .

(3) يقصد هنا المادة 26 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات الجزائرية .

(4) V. Art. L. 716-10 (c) C. Fr. Propr. Intell .

كما يعدّ التشريع المصري هذه الجريمة من الجرائم العمدية التي يجب أن يتوافر فيها القصد الجنائي ، وينحصر في علم المتهم بأنّ العلامة التي يستعملها مزورة أو مقلدة لعلامة أخرى وبغرض الاعتداء على حق الغير. والقصد المتطلب في هذه الجريمة هو القصد الجنائي الخاص والذي يتمثل بسوء النية ، بمعنى أن يكون الغرض من استعمال العلامة أن يختلط الأمر على المستهلك حول مصدر المنتجات⁽¹⁾.

اشترط المشرع المصري صراحة في جريمة استعمال العلامة المزورة أو المقلدة بخلاف الحال في جريمة تزوير أو تقليد العلامة التجارية ، أن يكون مستعمل العلامة سيء النية، أي يعلم مقدّمًا أنه يقوم باستعمال علامة مزورة أو مقلدة لتضليل الجمهور، فإذا كان يجهل ذلك وأثبت حسن نيّته على عدم علمه بتزوير هذه العلامات أو تقليدها لا توقعّ عليه العقوبة المنصوص عليها في المادة 113 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية . ويستفاد هذا الشرط من صريح نص المادة 2/1/113 ، وذلك بقولها : "كل من استعمل بسوء قصد علامة تجارية مزورة أو مقلدة".

ولا يفترض سوء نية مستعمل العلامة المزورة أو المقلدة ، بل يفترض أنه حسن النية إلى أن يثبت المدعي خلاف ذلك. ويعتبر ذلك خلاف الحال في الجريمة الأولى وهي تزوير العلامة أو تقليدها، حيث يفترض سوء النية لمجرد وجود واقعة التزوير أو التقليد⁽²⁾.

الواقع أنه لا تثور هذه التفرقة إذا كان مزور العلامة أو مقلدها هو ذاته المستعمل لها وهو الوضع الغالب ، أما إذا لم ترتبط جريمة التزوير أو التقليد باستعمال العلامة فإنه في هذه الحالة يفترض سوء النية في الجريمة الأولى، ويفترض حسن النية في الحالة الثانية وعلى المدعي أن يثبت سوء قصد مستعمل العلامة وقصده من تضليل جمهور المستهلكين .

(1) إدوارد غالي الذهبي ، الجرائم المخلة بالثقة العامة في قانون العقوبات الليبي ، المرجع السابق ، ص 104.

(2) سميحة القليوبي ، المرجع السابق ، ص 595 .

ثانيا - جريمة بيع بضاعة تحمل علامة مزورة أو مقلدة أو عرضها للبيع أو للتداول أو حيازتها بقصد البيع :

لم تقتصر التشريعات في نطاق قيام المسؤولية الجزائية في جرائم التعدي على العلامة التجارية على تجريم استعمال علامة مزورة أو مقلدة ، وإنما شملت بالتجريم صوراً أخرى تندرج ضمن صور الأفعال المكونة لهذه الجرائم ، إذ جرمت بيع المنتجات التي تحمل علامة مزورة أو مقلدة أو عرضها للبيع أو للتداول أو حيازتها بقصد البيع، واعتبرتها جريمة مستقلة بحد ذاتها سواء كان البائع أو العارض أو الحائز للمنتجات ذات الشخص الذي قام بتزوير أو تقليد تلك العلامة أو كان شخصا آخر .

لعل هذه الأفعال أهم ما تجب مكافحته ، لأن نطاق الضرر الذي ينتج عن تزوير العلامات أو تقليدها أو اغتصابها يكون محصوراً إذا لم تطلق السلع التي تحمل جسم الجريمة في التداول، فيقبل الجمهور على شرائها ويؤدي في سبيل الحصول عليها ثمناً غالياً اعتقاداً منه بأنها السلعة الأصلية فإذا بها المغشوشة . فإذا كان المشرع قد نظر في الجرائم السابقة إلى حماية مالك العلامة وحده ، فقد أراد في الجرائم التي نحن بصدد حمايتها جمهور المستهلكين أيضاً⁽¹⁾ . ويتطلب لقيام هذه الجريمة توافر ما يلي :

1- الركن الأول : الركن المادي

يتمثل الركن المادي في بيع بضائع استعملت عليها علامة مزورة أو مقلدة أو عرضها للبيع أو للتداول أو حيازتها بقصد البيع . وبذلك فإن الركن المادي لهذه الجريمة يتخذ عدة صور هي :

أ - **البيع** : البيع هو عقد يلتزم به البائع بنقل ملكية شيء أوحق مالي آخر للمشتري في مقابل ثمن معين⁽²⁾ . والبيع هنا يقصد به البيع بمعناه العام ، لذا فهو يشمل كل أنواع البيوع التي تؤدي إلى نقل ملكية المنتجات التي تحمل العلامة المزورة أو المقلدة إلى الغير⁽³⁾ ، سواء أنتج ربحاً أم خسارة، وسواء أكان المقصود منه تصدير السلعة إلى الخارج أم استهلاكها في السوق المحلي ، وسواء أكانت السلعة المستوردة من الخارج أم مصنوعة داخل البلاد . ويعتبر البيع جريمة ولو وقع مرة واحدة فلم يتكرر، فإذا تكرر البيع اعتبرت جميع الأفعال المتكررة جريمة واحدة مستمرة لأنها ترتكب تنفيذاً لقصد جنائي واحد .

(1) محسن شفيق ، المرجع السابق ، ص 553 .

(2) راجع : جعفر الفضلي ، الوجيز في العقود المدنية ، دار الكتاب للطباعة والنشر ، العراق ، 1989 ، ص 13 .

(3) صلاح زين الدين الناهي ، الملكية الصناعية والتجارية ، المرجع السابق ، ص 375 .

وأخيرا يلزم لقيام هذه الجريمة تمام البيع ، إذ أن القانون نص على عقاب كل من باع بضائع استعملت عليها علامة مزورة أو مقلدة ، لذلك لا يكفي لقيام الجريمة مجرد صدور الإيجاب والقبول ، وإنما يجب أن ينفذ البيع فعلا وفقا لأحكام القانون المدني⁽¹⁾ .

ب - العرض للبيع أو التداول :

يقصد بالعرض للبيع هو تقديم المنتجات أو البضائع إلى مشتر معين ليفحصها ويشتريها إذا شاء الشراء لنفسه أو لغيره . ويكون عادة بفعل إيجابي ذي مظهر خارجي يدل على الرغبة في العثور على مشتر لها⁽²⁾، هو عرض السلعة في واجهة المحل أو داخله أو إرسال عينات منها إلى التجار أو المستهلكين أو كل عمل يقصد به التمهيد للبيع⁽³⁾.

أما العرض للتداول فيتحقق في المرحلة الوسطى بين الإنتاج والاستهلاك ، إذ يقصد بتداول السلع حركتها منذ خروجها من يد المنتج إلى أن تصل إلى المستهلك ، لذا فإن العرض للتداول يتحقق من خلال هذه المرحلة، وذلك بعرض المنتجات على الوكيل بالعمولة أو تجار الجملة أو تجار التجزئة أو حتى المستهلك ذاته⁽⁴⁾.

والعرض للتداول أو للبيع بشكل عام يتحقق بكل فعل يؤدي إلى وضع المنتجات في مكان مفتوح للتجارة أو معدّ لتقديم الأشياء القابلة للاستهلاك إلى المشتري. لذا فإن المنتجات في المعارض أو الإعلان عنها في الصحف ، أو إعلانات الحائط أو غيرها من طرق الإعلان لا يعدّ بذاته عرضا للبيع أو للتداول، إذ العبرة في العرض أن يكون لغرض البيع مباشرة ، بينما عرض المنتجات أو الإعلان عنها لا يهدف إلى بيعها مباشرة ، بقدر ما يهدف إلى الدعاية والإعلان عنها ولو أنه سيؤدي بعد ذلك للبيع . لذلك فإن هذين الفعلين لا يقعان تحت طائلة العقاب بوصفهما جريمة عرض للبيع أو للتداول ، بل يعاقب عليهما بوصفهما جريمة استعمال لعلامة مزورة أو مقلدة⁽⁵⁾.

(1) محمد منصور أحمد ، المرجع السابق ، ص 141 .

(2) راجع : معوض عبد التواب ، شرح قوانين التمويل وأمن الدولة ، طبعة 5 ، منشأة المعارف ، الإسكندرية، 1987، ص 345 .

(3) سميحة القليوبي ، الملكية الصناعية ، المرجع السابق ، ص 599 .

(4) محمد فريد العربي، القانون التجاري اللبناني، طبعة 2 ، الدار الجامعية، لبنان ، 1985، ص 67 .

(5) عادل أمين ، الغش التجاري ، طبعة 1 ، مطبعة الانتصار، القاهرة ، 1996 ، ص 61 .

ج- الحيازة بقصد البيع :

الحيازة هي سلطة فعلية أوواقعية يباشرها الحائز على شيء بحيث تكون في مظهرها الخارجي وفي قصد الحائز مزاوله للملكية أولحق عيني آخر⁽¹⁾، وهي ثلاث صور، حيازة كاملة وحيازة ناقصة ، وحيازة عرضية⁽²⁾ .

والحيازة المعاقب عليها في نطاق تجريم حيازة المنتجات التي تحمل علامة مزورة أو مقلدة تتحقق بحيازة المنتجات في صورتها الحيازة الكاملة والناقصة، إذ أنّ الحائز في كلتا الصورتين لديه سيطرة مادية فعلية تمكنه من التصرف أوالتعامل بهذه المنتجات، سواء أكان الحائز مالكا أم لا⁽³⁾ .

فالقانون لا يهدف إلى حظر الحيازة بحد ذاتها، بل منع وصول المنتجات التي تحمل العلامة المزورة أوالمقلدة إلى المستهلك عن طريق التعامل بها، وهو الأمر الذي يمكن تصوره في كلتا الحالتين. وعلى ذلك يعدّ مرتكبا لهذه الجريمة من كانت له الحيازة الكاملة أوالناقصة على منتجات تحمل علامة مزورة أو مقلدة ، سواء أكان مالكا لها أم لم يكن، كالمنتج أوالوكيل بالعمولة ، أما المشتري الذي يتسلم البضاعة من صاحب المحل لغرض رؤيتها أو معاينتها أوالإطلاع عليها فإنه لا يعد مرتكبا لهذه الجريمة ، لأنّ يده عليها مجرد يد عارضة⁽⁴⁾ .

من الجدير بالذكر أنّ مجرد حيازة المنتجات يكفي لقيام الجريمة إذا كان القصد من الحيازة بيع هذه المنتجات حتى وإن لم يتم البيع فعلا، ويستوي بهذا أن تكون حيازة المنتجات داخل مخازن التاجر ومستودعاته أو في منزله بعيدا عن الشبهات، أما إذا كانت الحيازة لغرض الاستعمال الشخصي فعندئذ تنتمي الجريمة وإن كان الحائز يعلم بأنّ تلك المنتجات تحمل علامة مزورة أو مقلدة⁽⁵⁾ .

(1) راجع : عبد المنعم فرج الصدة ، الحقوق العينية الأصلية ، دار النهضة العربية ، بيروت، 1982 ، ص 498 .
(2) عبد الرؤوف عبيد، شرح قانون العقوبات التكميلي، طبعة 5، دار الفكر العربي، القاهرة، 1979، ص 46 . فوزية عبد الستار، شرح قانون العقوبات ، القسم الخاص، جرائم الأموال ، دار النهضة العربية، القاهرة ، 1979 ، ص 18 .
(3) صلاح زين الدين الناهي ، شرح التشريعات الصناعية و التجارية ، المرجع السابق ، ص 187 .
(4) ناصر عبد الحليم السلامة ، المرجع السابق ، ص 324 .
(5) محسن شفيق ، المرجع السابق ، ص 553 .

يعاقب المشرع الجزائري جزائيا الأشخاص الذين يبيعون أو يعرضون للبيع منتجات ملبسة بعلامات مقلدة أو مشبهة حتى عند عدم مشاركتهم في صنعها⁽¹⁾. ولا يميز بين بيع المنتجات وعرضها للبيع ، أي تعدّ الجنحة مرتكبة إذا تحقق البيع وحتى في حالة عدم تحقيقه يكفي أن تكون المنتجات قد تمّ عرضها في الأسواق أو المعارض أو بواسطة الدعاية⁽²⁾. فهاتان العمليتان يعاقب عليهما جزائيا ، كما عاقب المشرع الفرنسي أيضا كل من عرض أو طرح للبيع أوحاز في محله التجاري السلع المزورة⁽³⁾.

وبالرغم من أنّ جلّ الأحكام المتعلقة بالعلامات مستمدة من التشريع الفرنسي ، إلا أنه يلاحظ أنّ المشرع الجزائري على خلاف نظيره الفرنسي⁽⁴⁾، قد أهمل في الأمر رقم 03-06 ذكر موضوع السلع المستوردة الحاملة لعلامة مقلدة صراحة، إلا أنه تطرق إلى هذه المخالفة في المادة 9 من قانون الجمارك الجزائري (تعدل وتم أحكام المادة 22 من القانون رقم 79-07)⁽⁵⁾ بالنص على أنه : "يحظر استيراد وتصدير السلع المقلدة التي تمس بحق الملكية الفكرية كما هي معرفة في التشريع الساري المفعول .

يحظر أيضا استيراد كل البضائع التي تحمل بيانات مكتوبة أو أية إشارات على المنتجات نفسها ... " .

(1) راجع : المادتين 2/9 و 26 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات الجزائرية .

(2) V : Paris, 19 mai 1988, D. 1989, p. 135, obs J-J .Burst .

(3) Article L.217-3 Code de la consommation version consolidée au 22 novembre 2009 : "Seront punis des peines portées par l'article L. 213-4 ceux qui, sciemment, auront exposé, mis en vente, vendu les marchandises ainsi altérées ou qui en seront trouvés détenteurs dans leurs locaux commerciaux " .

(4) Article L.716-10 (a) C. Fr . propr. Intell modifié par art. 41 Loi n°2007-1786 du 19 décembre 2007 :

" Est puni de trois ans d'emprisonnement et de 300 000 euros d'amende le fait pour toute personne :

a) De détenir sans motif légitime, d'importer ou d'exporter des marchandises présentées sous une marque contrefaisante " .

(5) القانون رقم 17-04 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1438 الموافق ل 16 فبراير سنة 2017 ، يعدل ويتم القانون رقم 79-07 المؤرخ في 26 شعبان عام 1399 الموافق ل في 21 يوليو 1979 والمتضمن قانون الجمارك الجزائري ، ج.ر، العدد 11 ، الصادرة في 22 جمادى الأولى عام 1438 الموافق ل 19 فبراير سنة 2017 ، ص 3.

والمقصود هنا استيراد بضائع تحمل علامة مماثلة لعلامة مسجلة قانونا بالنسبة لنفس نوع السلعة أوتلك التي لا يمكن تمييزها في جوانبها الأساسية من العلامة الأصلية ، والتي تمس نتيجة لذلك بحقوق مالك هذه العلامة⁽¹⁾. فكان من الصواب الإشارة إلى هذه المخالفة في النص الخاص بالعلامات التجارية .

في المقابل أشار المشرع المصري في المادة 4/1/113 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري إلى هذه الجريمة بقولها : " يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن شهرين وبغرامة لا تقل عن خمسة آلاف جنيه ولاتجاوز عشرين ألف جنيه أو بإحدى هاتين العقوبتين :

- كل من باع أو عرض للبيع أوالتداول أوأحاز بقصد البيع أوالتداول منتجات عليها علامة تجارية مزورة أومقلدة أو موضوعة بغير حق مع علمه بذلك ... " .

يلاحظ هنا أن هذا النص يماثل نص المادة 217-3 من مدونة الاستهلاك الفرنسية، حيث اشترط المشرع الفرنسي أن تكون الحيازة في المحل التجاري على عكس ما ورد في النص المصري ، حيث أطلق تجريم الحيازة ولم يحددها بمكان معين ، إلا أنّ اللافت للنظر أنّ النص المصري اشترط أن تكون الحيازة بقصد البيع ولم يشترط المشرع الفرنسي ذلك .

يعتقد أنّ ما ذهب إليه المشرع الفرنسي يندرج في جزء منه والمتمثل بتجريم فعل التصدير ضمن صورة بيع المنتجات التي تحمل علامة مزورة أو مقلدة ، إذ أنّ تصدير المنتجات في حدّ ذاته يعدّ بيعا لها، أما بالنسبة لفعل الاستيراد فإنه لا يندرج ضمن هذه الصورة أو غيرها من صور الاعتداء على العلامة التجارية .

(1) قبل تعديل المادة 22 من قانون الجمارك رقم 79-07 كانت المادة 2 من القرار المؤرخ في 4 جمادى الأولى عام 1423 الموافق ل 15 يوليو 2002 الذي يحدد كليات تطبيق المادة 22 من قانون الجمارك الجزائري المتعلقة باستيراد السلع المزيفة ، ج.ر ، 18 أوت 2002 ، عدد 56 ، ص 17 تنص على ما يلي : " ... سلع مزيفة : السلع التي تمس بحق من حقوق الملكية الفكرية ، لاسيما منها :

- السلع بما فيها توضيبيها الموضوع بدون رخصة أوعلامة مصنع أوعلامة تجارية مماثلة لعلامة مصنع أوعلامة تجارية مسجلة قانونا والخاصة بنفس النوع ... " .

وكذلك المادة 3 من نفس القرار المذكور سابقا نصت على ما يلي : "يصنف ضمن السلع المذكورة في المادة 2 أعلاه ، أي قالب أو مصفوفة تركيب يوجه خصيصا أو يكيف لصناعة علامة مزيفة أو سلعة تحمل هذه العلامة أو صناعة بضاعة يمس بحق من حقوق الملكية الفكرية " .

لكن يجب أن نشير إلى أنّ عبارة " البضائع المزيفة " المستعملة في هذين النصين غير مستحسنة قانونا ، فكان من الأصوب القول "البضائع الحاملة علامة مقلدة " الأمر الذي يفرض تعديل النصين .

2- الركن الثاني : القصد الجنائي

اختلفت قوانين العلامات التجارية في اشتراط القصد الجنائي في جريمة بيع بضاعة تحمل علامة مزورة أو مقلدة أو عرضها للبيع أو للتداول أو حيازتها بقصد البيع . إذ يرى البعض منها⁽¹⁾ أنّ هذه الجريمة من الجرائم العمدية شأنها في ذلك شأن جميع جرائم الاعتداء على العلامة، إذ يلزم لقيامها بالإضافة إلى القصد الجنائي العام توافر القصد الجنائي الخاص المتمثل في سوء النية أو قصد الغش، إذ يجب أن يعلم البائع أو المعارض أو الحائز بأنه يبيع أو يعرض للبيع أو للتداول أو يحوز منتجات عليها علامة مزورة أو مقلدة بقصد البيع ، فضلا عن ذلك أن تتجه نيته إلى غش وتضليل المستهلك حول مصدر المنتجات .

لا يشترط المشرع الجزائري لقيام الجنحة توافر القصد في هذه الجريمة⁽²⁾، أي إرادة المعني بالأمر في خداع المشتري . وهذا على خلاف التشريع السابق⁽³⁾ . كما أنّ إلغاء الأحكام السابقة التي كانت صريحة جدا يؤدي إلى اعتبار أنّ هذه التصرفات ماسة بحقوق صاحب العلامة وبالتالي تخضع للأحكام العامة الخاصة بالتقليد . وفي المقابل اشترط المشرع الفرنسي توافر القصد الجنائي أي العمد في هذه الجرائم⁽⁴⁾ .

(1) ذهبت التشريعات التالية : اللبناني ، السوري ، الأردني إلى وجوب توافر سوء النية لدى الجاني والمتمثل بخدعة المستهلك في ذاتية البضاعة ، ومصدرها وذلك واضح من استخدام عبارة (بقصد الغش) إضافة إلى توافر العلم لدى الجاني بأن البضاعة التي يحوزها مزورة أو مقلدة . راجع : مصطفى كمال طه ، القانون التجاري اللبناني ، المرجع السابق، ص 759 .

(2) يقصد هنا خاصة المادتين 26 و 32 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات الجزائري .

(3) أحكام المادة 3/28 من الأمر رقم 66-57 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية .

(4) Article L716-10 (b) C. Fr . propr . intell . modifié par art. 41 Loi n°2007-1786 du 19 décembre 2007 :

" Est puni de trois ans d'emprisonnement et de 300 000 euros d'amende le fait pour toute personne :

b) D'offrir à la vente ou de vendre des marchandises présentées sous une marque contrefaisante ; "

أما في التشريع المصري يجب أن يتوفر سوء القصد لدى من يبيع السلعة أو يعرضها للبيع أوللتداول أو يحوزها لغرض البيع. والمقصود من سوء النية في هذا الصدد مجرد العلم بأن العلامة مزورة أو مقلدة أو موضوعة بغير وجه حق، فليس من اللازم والحال كذلك أن يقصد الفاعل الإضرار بصاحب العلامة أو جلب منفعة مادية لنفسه. بل يكفي لقيام هذه الجريمة أن يعلم الجاني بالتقليد أو التزوير دون حاجة إلى إثبات هذا القصد، وبالتالي فإن عبء العلم يقع على عاتق المشتكي في هذه الجريمة لذلك فإنّ المشرع المصري اكتفى بالقصد العام⁽¹⁾.

أيدّ الفقه المصري⁽²⁾ ما ذهب إليه المشرع المصري، إلا أنّ القضاء جاء بحكم تطلّب فيه أن يتوفر في هذه الجريمة القصد الخاص إلى جانب القصد العام والمتمثل في سوء النية، فقد قضت محكمة النقض المصرية في هذا الشأن بأنه يشترط للعقاب في هذه الجريمة فضلا عن البيع أو العرض للبيع أوللتداول توافر ركنين الأول التزوير أو التقليد والثاني سوء النية⁽³⁾.

ويبدو أنه من الضروري توفر القصد الجنائي الخاص لدى الجاني لوقوع الجريمة، وذلك بأن تتجه نيته إلى غش وتضليل المستهلك وإيهامه بأنّ المنتجات هي التي تمثلها العلامة الأصلية والتي تتمتع بثقته وإقباله عليها. وتوافر القصد الخاص من المسائل الموضوعية التي يستخلصها قاضي الموضوع من وقائع الدعوى.

وحتى تتحقق الحماية الجزائية للعلامة التجارية بكافة جوانبها، وتقوم المسؤولية الجزائية للمعتدي عليها، كان من الأصح أن تتضمن قوانين العلامات التجارية نصوصا تجرم هذه المخالفة.

(1) محسن شفيق، المرجع السابق، ص 554.

(2) راجع: علي جمال الدين عوض القانون التجاري، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة، 1983، ص 300. سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، المرجع السابق، ص 600.

(3) نقض جنائي 24 / 05 / 1965، مجموعة أحكام محكمة النقض المصرية، السنة 34 ق، رقم 1944، ص 488. مشار إليه في: أحمد عبد الظاهر الطيب، التشريعات الجنائية الخاصة، الطبعة الأولى، المكتبة القانونية، القاهرة، 1986، ص 255.

المطلب الثاني

جرائم الاعتداء على ملكية العلامة التجارية

سبق القول أن العلامة التجارية تتمتع بحماية مدنية⁽¹⁾ وجزائية، ولقيام جرائم الاعتداء على العلامة التجارية يجب أن تكون العلامة مستوفية لشروطها القانونية ، وأن تكون مسجلة لدى الجهات ذات العلاقة. ذلك أن التسجيل هو مناط الحماية الجزائية التي أسبغها المشرع الجنائي على ملكية العلامة، وعليه تقوم المسؤولية الجزائية لمرتكب جريمة الاعتداء على العلامة التجارية .

تختلف جرائم هذا القسم عن الجرائم السابقة الذكر في أنّ الاعتداء على العلامة لا يكون بواسطة الاعتداء على ذاتية العلامة ، وإنما هو عبارة عن اغتصاب لعلامة الغير بغير تزوير أو تقليد لها ، أي بواسطة الاعتداء على مادية العلامة .

بمعنى آخر الاستيلاء على العلامة الحقيقية واستعمالها بدون وجه حق . ويتضمن هذا القسم الجرائم الآتية⁽²⁾ :

(1) راجع : عبد الله محمد سليمان الغويري، العلامات المشهورة وحمايتها ضمن اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية " TRIPS " وقانون العلامات التجارية الأردني، رسالة دكتوراة، جامعة القاهرة ، 2005-2006 ، ص 275. شريف محمد غنام، حماية العلامات التجارية عبر الإنترنت في علاقتها بالعنوان الإلكتروني Domain name ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ص 171. علي جمال الدين عوض، القانون التجاري، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة ، 1983 ، ص 302. علي يونس، المحل التجاري، الطبعة الأولى، دار الفكر العربي، القاهرة ، 1974 ، ص 128. محمود سمير الشرقاوي، القانون التجاري، دار النهضة العربية، القاهرة ، 1992 ، ص 572 . محمد السيد عرفة، تقرير حول الندوة العلمية بعنوان : حقوق الملكية الفكرية التي نظمتها أكاديمية نايف العربية الأمنية بالتعاون مع اتحاد الجامعات العربية، كلية الملك فهد، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية ، العدد 24 ، 30 / 1424 هـ الموافق ل 31 / 03 / 2003 م ، ص 20 .

V : Laurent Neyret, La responsabilité civile arbitre du conflit entre droit des marques et liberté d' expression, Recueil Dalloz , n° 34, 2 octobre 2008 ,p. 2402 .

(2) آمنة صامت ، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية ، المرجع السابق ، ص 170 .

الفرع الأول : جريمة وضع بسوء القصد على منتجاته علامة تجارية مملوكة لغيره

الفرض في هذه الجريمة أنّ العلامة التجارية محل الاستعمال ليست مزورة أو مقلدة بل علامة حقيقية يملكها شخص ويستخدمها آخر على منتجات أوبضائع مماثلة بدون وجه حق . ويتطلب لقيام هذه الجريمة توفر ما يلي :

أولا - الركن الأول : الركن المادي

يتمثل الركن المادي في هذه الجريمة في وضع علامة حقيقية على البضائع والمنتجات التي تتمتع بحق استخدام تلك العلامة بشرط أن تكون البضائع والمنتجات من نفس الصنف ، لذا يعدّ مرتكبا لهذه الجريمة من قام بنزع العلامة الحقيقية أو البضاعة الملصقة على المنتجات ووضعها على منتجاته أوبضائعه المماثلة التي يقوم ببيعها لتضليل المستهلك بأنها المنتجات أوبضائع التي تميّزها العلامة الأصلية .

ففي التشريع الجزائري يعاقب جزائيا الأشخاص الذين يضعون على منتجاتهم أو على الأشياء التابعة لتجارتهم علامة هي ملك غيرهم⁽¹⁾. فيتعلق الأمر مثلا بالصانع الذي يستعمل قنينات خاصة بعلامة مشهورة لمثلها بمشروبات من صنعه قصد خداع المستهلك، أو نماذج الزجاجات التي تستخدم لتعبئة العطور، وذلك بأن يقوم الجاني بجمع تلك الزجاجات ثم تعبئتها بمواد منافسة للمواد التي يتم استعمالها بالأصل لتعبئة تلك الزجاجات ، لذا فإنّ مجرد استعمال تلك الزجاجات وتعبئتها بمشروبات غازية أو عطور أيا كان نوعها أولونها يدخل في نطاق تلك الجريمة⁽²⁾. وهذه العملية ليست تقليدا لعلامة الغير بل هي وضع علامة أصلية على منتجات غير صادرة من صاحب تلك العلامة الأصلية.

وقد ورد النص على هذه الجريمة في المادة 113 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري: " يعاقب ... كل من وضع بسوء قصد على منتجاته علامة تجارية مملوكة لغيره ... " .

وتقع هذه الجريمة عادة بملء الفوارغ التي تحمل العلامة الحقيقية مثل ملء الزجاجات والأكياس أو الصناديق الفارغة التي تحمل علامات مميزة مملوكة للغير بمحلول أو مواد أوبضائع أخرى غير المخصصة لتميّز هذه العلامات الحقيقية ولذلك يطلق على هذه الجريمة عادة جريمة الملء أو التعبئة (Délit de remplissage) .

(1) المادتان 26 و 32 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات الجزائرية .

(2) صلاح زين الدين الناهي، الملكية الصناعية والتجارية ، المرجع السابق ، ص 419 . مصطفى كمال طه ، القانون التجاري اللبناني ، المرجع السابق ، ص 758 .

وتختلف هذه الجريمة عن جريمة استعمال علامة مزورة أو مقلدة في أنها تمثل استعمال علامة حقيقية ولكن مملوكة للغير لتمييز منتجات مماثلة خلاف المخصصة لها العلامة الحقيقية⁽¹⁾ .

إذ يلاحظ أنّ المشرع المصري في هذا القانون لم يشترط في جريمة استعمال علامة مملوكة للغير شرط التسجيل لقيام الجريمة أسوة بالمشرع الفرنسي . إلا أنّ الفقه المصري⁽²⁾ قد استقرّ على أنّ المشرع قد قصد بتقرير هذه الجريمة حماية العلامة المسجلة وإن لم يذكر لفظ مسجلة في الفقرات التالية لجريمة تزوير العلامة التجارية أو تقليدها منعا للتكرار، فإذا لم تكن العلامة المملوكة للغير مسجلة فلا يعدّ الاعتداء عليها بأية صورة من الصور التي حددها القانون جريمة من جرائم الاعتداء على العلامة التجارية ومن بينها جريمة استعمال علامة مملوكة للغير.

ثانيا- الركن الثاني : القصد الجنائي

تعتبر جريمة استعمال علامة تجارية مملوكة للغير من الجرائم العمدية ، والتي يفترض فيها أنّ الجاني يعلم بأنه يقوم باستعمال علامة تجارية مملوكة للغير، ويلزم لقيامها أن ترتكب بسوء نية أوسوء قصد أو بقصد الغش، أي أن تتجه نية الجاني إلى استعمال العلامة على منتجات لتضليل المستهلك حول مصدر المنتجات ، بحيث يتعدّر عليه التمييز بين المنتج الذي يحمل العلامة بطريقة مشروعة وبين المنتج الذي يحمل علامة بدون حق ، وبذلك فإنّ القصد المتطلب في هذه الجريمة هو القصد الخاص إضافة إلى القصد العام⁽³⁾ .

أما المشرع الجزائري فلم يتطلب في هذه الجناة توافر عنصر القصد نظرا لعمومية النص القانوني⁽⁴⁾، فيكفي أن يتم وضع العلامة الأصلية على منتجات ليست تحت حمايتها كوضع المنتجات في زجاجات أوفي علب تحمل تلك العلامة الأصلية عليها⁽⁵⁾. فلا يجب على المدعي أو على النيابة العامة إثبات أنّ مرتكب الفعل كان يهدف من وراء هذا التصرف إلى الاستفادة من المزايا المتعلقة بالعلامة الأصلية .

(1) سميحة القليوبي ، الملكية الصناعية ، المرجع السابق ، ص 597 .

(2) علي جمال الدين عوض ، المرجع السابق ، ص 293 . محمد حسني عباس ، المرجع السابق ، ص 379 .

(3) ناصر عبد الحليم السلامة ، المرجع السابق ، ص 332 .

(4) راجع : المادة 26 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات الجزائرية .

(5) Concernant l' emploi de bouteilles et flacons , ce délit est appelé " délit de remplissage "

أوضح المشرع المصري القصد الجنائي في هذه الجريمة بصورة جلية، حيث وردت عبارة "بسوء القصد" في المادة 113 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري، وبالتالي فإنه وفقاً لذلك فإنّ عبء إثبات سوء القصد يقع على المدعي الذي استخدمت علامته دون موافقته ذلك أنّ الموافقة تنفي القصد الجنائي، وهو يستعين في ذلك بظروف الحال مثل محاولة إخفاء الزجاجات الفارغة التي تحمل العلامة الحقيقية والمملوءة بسائل بديل، وشراء المتهم الزجاجات الفارغة التي تحمل العلامة الحقيقية من التجار الآخرين. ويثبت الخصم حسن نيته بعدة قرائن من بينها أنه ألصق على العلامة الحقيقية علامته التجارية بحيث اختفت العلامة الحقيقية (1).

يشترط جانب من الفقه المصري (2) لقيام هذه الجريمة أن يتوفر لدى الجاني سوء النية، أي أن يقصد باستعماله علامة غيره تضليل المستهلك، والإفادة من الشهرة التي تتمتع بها العلامة الحقيقية ومن ثمّ لا جريمة إذا تمّ استعمال علامة الغير لأغراض شخصية.

ويجانب هذا الرأي الصواب، لأنّ مجرد وضع العلامة التجارية لا يعدّ قرينة على سوء النية، لذلك يجب إثبات هذا القصد، وبالتالي فإنه يحق للجاني نفي القصد السيء وذلك عن طريق إثبات حسن النية بعدم علمه بملكية العلامة للغير أو أنه استعمل العلامة بموافقة مالكيها، ويدخل تقدير توافر سوء النية في اختصاص محكمة الموضوع التي تستخلصه من ظروف ووقائع الدعوى.

(1) محمد حسني عباس، المرجع السابق، ص 345.

(2) أكثم الخولي، المرجع السابق، ص 350.

الفرع الثاني : جريمة بيع منتجات تحمل علامة موضوعة بغير حق أو عرضها للبيع أوحيازتها بقصد البيع مع علمه بذلك (1)

تتكون هذه الجريمة من ركنين ، ركن مادي وهو الفعل المعاقب عليه ويتحقق بفعل من أفعال البيع أو العرض للتداول أو الحيازة بقصد البيع ، ويكون محل الفعل منتجات تحمل علامة مملوكة للغير، وركن معنوي وهو القصد الجنائي .

أولا - الركن الأول : الركن المادي

تقع هذه الجريمة في حال بيع منتجات تحمل علامة تجارية مملوكة للغير بدون حق أو سبب مشروع ويشمل جميع صور البيع ، ولا فرق في ذلك إذا كان البيع مقابل نقدي أم لا، وبين ما إذا نتج عن البيع ربح أو خسارة ، أو كان لمرة واحدة أم متكررة. وكذلك تقع عن طريق وضعها في واجهة المحل التجاري أو إحدى الفروع التابعة له أو بإرسال نشرات إلى العملاء، وكذلك في حال حيازة المنتجات بقصد بيعها كأن يضعها داخل مخازن التاجر أو في مسكنه الخاص إذا وجدت قرائن تدل على أنها تستخدم كمخازن أو مستودعات توضع فيها المنتجات التي تحمل علامة مملوكة للغير دون وجه حق. ويجب أن تحمل هذه المنتجات علامة مملوكة لغير البائع أو العارض أو الحائز أو المتداول، وأن تكون المنتجات من ذات النوع أو الصنف الذي تميزه العلامة الأصلية (2).

ثانيا - الركن الثاني : القصد الجنائي

يلزم لقيام هذه الجريمة توافر القصد الجنائي العام ، إذ تعتبر هذه الجرائم من الجرائم العمدية ، وبذلك يجب أن تنصرف إرادة الجاني إلى ارتكاب الفعل المحقق للجريمة مع علمه بأنه يبيع أو يعرض للبيع أو للتداول ، أو يحوز بقصد البيع منتجات تحمل بدون حق علامة مملوكة للغير، بمعنى أنه يعلم بأن هذه العلامة الموضوعة لا تخص صاحب المنتجات التي يبيعها بل تخص شخصا آخر .

لم يشترط المشرع المصري توافر سوء القصد أو الغش لقيام هذه الجريمة، وإنما اكتفى بتوافر علم الجاني بأنه يبيع أو يعرض للبيع أو للتداول أو يحوز بضاعة تحمل علامة تجارية مملوكة لغيره (3).

(1) آمنة صامت ، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية ، المرجع السابق ، ص 173 .

(2) ناصر عبد الحليم السلامات ، المرجع السابق ، ص 335 .

(3) المادة 113 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري .

يرجح ما ذهب إليه الفقه المصري⁽¹⁾ من وجوب توافر القصد الجنائي الخاص لقيام هذه الجريمة، والمتمثل في نية تضليل وخداع المستهلك في البضاعة التي يقوم ببيعها أو عرضها للبيع أوللتداول أو حيازتها بقصد البيع بأنها تحمل العلامة الحقيقية التي تتمتع بثقة معينة وبالتالي إقبال المستهلكين عليها، كما أنّ الجريمة لا تقع في حال استعمال العلامة المملوكة للغير لأغراض شخصية، لانتهاء علة النص التجريمي لكونه لا يقصد من هذا الاستعمال تضليل المستهلك .

كما عاقب المشرع الفرنسي كل من وضع علامة مملوكة لغيره على منتجات طبيعية أو مصنعة، بغرض البيع أو الطرح للبيع أو بيعها في فرنسا، أو وضع هذه العلامة على أشياء أخرى من شأنها إيجاد الاعتقاد أنها من مصدر مختلف عن حقيقة مصدرها الفرنسي أو الأجنبي⁽²⁾.

ويظهر أنّ المادة 217-6 من مدونة الاستهلاك الفرنسي تماثل الفقرة الرابعة من المادة 113 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري في إحدى الصور المجرمة في هذه الفقرة، وهي بيع أو عرض للبيع أو الحيازة بقصد بيع منتجات عليها علامة موضوعة بغير حق ، كما أنّ الفقرة الثانية من النص الفرنسي تماثل الفقرة الثالثة من المادة 113 من القانون ذاته وهي كل من وضع بسوء قصد على منتجاته علامة تجارية مملوكة لغيره .

(1) سميحة القليوبي ، الملكية الصناعية ، المرجع السابق ، ص 597 .

(2) Article L.217-6 Code de la consommation :

" Quiconque, sur des produits naturels ou fabriqués, détenus ou transportés en vue de la vente, mis en vente ou vendus en France, ou sur des emballages, caisses, ballots, enveloppes, bandes, étiquettes, etc., aura apposé ou sciemment utilisé une marque de fabrique ou de commerce, un nom, un signe ou une indication quelconque de nature à faire croire, s'ils sont étrangers, qu'ils ont été fabriqués en France ou qu'ils sont d'origine française et, dans tous les cas, qu'ils ont une origine différente de leur véritable origine française ou étrangère, sera puni des peines prévues par l'article L. 213-1, sans préjudice des dommages-intérêts, s'il y a lieu.

Toutefois, cette disposition ne sera pas applicable lorsque le produit portera, en caractères manifestement apparents, l'indication de la véritable origine, à moins que la fausse indication d'origine ne constitue une appellation régionale protégée par la section 1 du chapitre V du titre Ier du livre Ier.

En ce qui concerne les produits français, la raison sociale, le nom et l'adresse du vendeur ne constituent pas nécessairement une indication d'origine " .

أما بالنسبة للتشريعين الجزائري والفرنسي فقد أغفلا تجريم الحيازة ، ويبدو من الصواب أن يسلكا مسلك المشرع المصري، وهذا حتى يتم تحقيق حماية قصوى للعلامة التجارية وإقفال الباب على كل من تسول له نفسه الاعتداء على العلامة بأي شكل من الأشكال ثم يتملص من المسؤولية الجزائية؛ ويلاحظ كقاعدة عامة بأن المشرع الفرنسي قد قرر عقوبات لهذه الجرائم مماثلة للعقوبات المقررة لجريمة الخداع .

يلاحظ أنّ المشرع المصري في المادة 113 السابقة الذكر لم يتطلب صراحة تسجيل العلامة التجارية لإضفاء الحماية الجزائية عليها إلا في الجريمة الأولى المقررة بالبند 1 من هذه المادة حيث نص صراحة على عقاب " كل من يزور علامة تجارية تم تسجيلها طبقا للقانون ... " ، ولكن لم ينص على هذا التسجيل للعلامات التجارية بالنسبة للجرائم الثلاث الأخرى الواردة بذات المادة ، حيث ورد النص في هذه البنود الثلاثة على علامة تجارية دون أن يرد فيها بعبارة " تم تسجيلها طبقا للقانون " كما فعل بالبند الأول السالف الذكر. مما أثار التساؤل حول مدى تطلب المشرع أن تكون العلامة التجارية مسجلة في البنود الثلاثة الأخرى من عدمه لإضفاء الحماية الجزائية ، وبالتالي قيام المسؤولية الجزائية لمرتكب هذه الجرائم .

وهنا اتجه بعض الفقه⁽¹⁾ في مجال القانون التجاري إلى أنه على الرغم من أنّ المشرع المصري لم يذكر صراحة شرط التسجيل إلا في البند رقم 1 بشأن تزوير أو تقليد العلامة التجارية، ولم يكرر هذا الشرط في البنود الأخرى ، أي أنّ المشرع لم يقصد إلا حماية العلامات المسجلة ، ولم يشأ أن يذكر هذا الشرط في كل جريمة على حده منعا للتكرار، وبالتالي فإنّ بقية الجرائم الأخرى غير التزوير أو التقليد يشترط فيها أن تقع على علامة مسجلة .

ومع ذلك فإنه لا يمكن التغاضي عن هذا العيب في الصياغة ، وخاصة ونحن بصدد صياغة نص جنائي يتضمن تحديد جرائم متعددة والجزاءات المقررة لها، فكان من الضروري أن يأتي المشرع بهذا النص من الوضوح والدقة نزولا على مقتضيات مبدأ شرعية الجرائم والعقوبات، ويعفي الفقه والقضاء من البحث عن القصد الحقيقي للشارع . مما كان يقتضي منه في نهاية الأمر أن يبين أنّ المقصود بالعلامة التجارية في هذا النص هي التي تمّ تسجيلها، وإن كان قصد المشرع من هذا الجانب قد جاء واضحا، إلا أنّ ذلك لا يغني عن التردد بشأن مدى تطلب تسجيل العلامة التجارية في البنود الثلاثة الأخرى لتوافر الجرائم المنصوص عليها .

(1) محسن شفيق ، المرجع السابق ، ص 538 .

قد يزداد التردد بشأن هذا الأمر إذا ما استندنا إلى قواعد تفسير النصوص الجنائية، والتي تأتي في مقدمتها قاعدة حظر القياس في تفسير نصوص التجريم ، إذ لا يمكن أن نقيس فعل تزوير أوتقليد علامة تجارية مسجلة على فعل استعمال علامة تجارية مزورة أومقلدة أوضع علامة تجارية مملوكة للغير على منتجات آخر، أوبيع أوعرض للبيع أوالنتداول أوحيازة بقصد البيع أوتداول منتجات عليها علامة تجارية مزورة أومقلدة .

مع ذلك يرجح هذا الجانب من الفقه التجاري السالف الإشارة إليه من حيث تطلب تسجيل العلامة التجارية في بقية الجرائم الأخرى غير التزوير، ولكن استنادا لحقيقة قصد المشرع من وراء ذلك من حيث قصر الحماية الجزائية بهذه النصوص على العلامات التجارية المسجلة، وما يقتضيه التفسير الضيق لنصوص التجريم ، وما تقتضيه مصلحة المتهم في حالة الشك من عدم تطبيق هذه النصوص قبله إلا إذا كانت العلامة التجارية قد تمّ تسجيلها .

المبحث الثاني

جرائم الغش والخداع في العلامات التجارية

لقد سبق تعريف العلامة التجارية بأنها إشارة تعد لتمييز منتجات مصنع عن منتجات مصنع آخر، حتى يتعرف الجمهور على حقيقة البضائع التي يشتريها. وهي بهذا تنشئ حقين، حق لصاحب العلامة بانفراده باستعمالها، وحق للجمهور بعدم غشها حتى لا يُخدع في مصدر البضاعة التي يشتريها وألا تسبب له اعتداء على شعوره. وقد تدخل المشرع الجنائي لحماية الحقين استنادا إلى قمع المنافسة غير المشروعة⁽¹⁾.

لم يذكر المشرع صراحة هذه الحماية إلا فيما يتعلق باعتداء العلامة على شعور الجمهور، أي عند مخالفتها للنظام العام أو الآداب العامة. ولاشك في أن العلامة وقد أصبحت وسيلة من الوسائل المستعملة في السوق التجارية، فهي كثيرة التداول وبالتالي يجب احترامها بحيث لا تستعمل فيما يؤدي الشعور العام. أما فيما يتعلق باستعمالها وسيلة من وسائل الغش فلم يوضح المشرع بيان حمايتها من هذا الاستعمال السيء ولو أنه ضمن نصوصه ذلك.

في هذا النطاق وضعت التشريعات الخاصة بالعلامة التجارية نصوصا تحظر وتمنع تسجيل علامات معينة، إما لتعلقها بالنظام العام أو الآداب العامة أو لتعلقها بالرموز الخاصة بالدولة، إضافة إلى أنها تدخلت بإيراد نصوص تتعلق ببيانات ضرورية وأساسية يشترط تعبئتها عند تسجيل العلامة التجارية، وأية مخالفة لهذه الشروط والبيانات يعد جرما يستحق العقاب، ولذلك تدخل المشرع وأسبغ الحماية الجزائية على العلامة التجارية بكافة جوانبها، وذلك لسد الأبواب أمام كل من تسول له نفسه الاعتداء على العلامة معتقدا أن ليس لها الحق في الحماية، وبهذا تقوم مسؤوليته الجزائية ويعاقب على هذا الجرم لكونه يكاد يسبب ضررا للمستهلك نتيجة ترويج منتجات دون بيان صاحبها أو مصدرها. سنحاول توضيح جرائم الغش والخداع في العلامات التجارية باعتبارها وسيلة من وسائل غش الجمهور على النحو التالي :

⁽¹⁾V: Maeliss Vincent , La protection de secret en propriété industrielle , Mémoire en DEA , Faculté des sciences juridiques , politiques et sociales , Université de Lille II – Droit et Santé , 2000-2001 , p.17.

المطلب الأول

جرائم العلامات التجارية المرتكبة بطرق احتيالية

إن واقعتي البيان التجاري غير المطابق للحقيقة وخداع المشتري في مصدر البضاعة هما وسيلتان من وسائل الغش التجاري ، وهذا الأخير هو عبارة عن استعمال طرق احتيالية⁽¹⁾ من شأنها إيهام الجمهور وتضليله في صفات المنتجات والبضائع، أي أنه مظهر من مظاهر التدليس .

فالمشرع الجزائري والمصري لم يضع تعريفا للطرق الاحتيالية أسوة بالمشرع الفرنسي، لأنه على الرغم من المحاولات العديدة التي حاولها الفقه والقضاء لوضع تعريف جامع مانع للطرق الاحتيالية فمزال تعريفها غير متفق عليه⁽²⁾. ولهذا عمد كل من المشرع الجزائري والمصري في سبيل تحديد الطرق الاحتيالية إلى تحديد أساليب التدليس في المادتين 429 و 336 من قانون العقوبات .

وتأسيسا على ما تقدم يمكننا القول بأن الجرح المنصوص عليها في مواد قانون الملكية الفكرية⁽³⁾ تهدف إلى حماية المستهلك أكثر من حماية صاحب العلامة .

سيتم التفصيل بوضوح في هذه الجرائم بالتطرق إلى جريمة استعمال بيان تجاري مخالف للحقيقة (الفرع الأول) ثم جريمة الخداع في العلامة التجارية والشروع فيها (الفرع الثاني).

(1) افتتح سعادة رئيس جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية أ. د . عبد العزيز بن صقر الغامدي أعمال الندوة العلمية التي نظمها مركز الدراسات والبحوث بالجامعة وموضوعها " سبل تعزيز التعاون بين الأجهزة الحكومية والجمعيات الأهلية لمكافحة الجرائم الاحتيالية " . راجع : الأمن والحياة ، ندوة علمية لمكافحة الجرائم الاحتيالية ، الرياض ، جامعة نايف العربية ، العدد 262 ، السنة الثالثة والعشرون، ربيع الأول 1425 هـ (1 إبريل / مايو 2004 م) ، ص 18 .

M.Ferrantino, The effect of intellectual property rights on international trade and investment , Weltwirtschaftliches archiv, No. 129 , 1993,p.300. A. Subramanian , Trips and the paradigm of the GATT : A Tropical , temperate view , The world economy, vol.13, No. 4 , 1990 , p.509.

(2) عبد الفتاح مصطفى الصيفي، قانون العقوبات، جرائم الاعتداء على الأموال، منشأة المعارف، الإسكندرية ، ص 150 .

(3) المواد هي: المادة 33 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية، المادة 716-10 من قانون الملكية الفكرية الفرنسي ، 114 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري رقم 82 لسنة 2002 .

الفرع الأول : جريمة استعمال بيان تجاري مخالف للحقيقة

تنص المادة 114 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري رقم 82 لسنة 2002 على أنه : " مع عدم الإخلال بأية عقوبة أشد في أي قانون آخر، يعاقب بالحبس مدة لا تزيد على ستة أشهر وبغرامة لا تقل عن ألفي جنيه ولا تجاوز عشرة آلاف جنيه أوبأحدى هاتين العقوبتين :
1- كل من وضع بيانا تجاريا غير مطابق للحقيقة على منتجاته أومحاله أومخازنه أوبها أوعلى عناوينها أوعلى الأغلفة أوالفواتير أوالمكاتبات أوسائل الإعلام أوعلى غير ذلك مما يستعمل في عرض المنتجات على الجمهور .

2- كل من ذكر بغير حق على علاماته أوأوراقه التجارية بيانا يؤدي إلى الاعتقاد بحصول تسجيلها .

3- كل من استعمل علامة غير مسجلة في الأحوال المنصوص عليها في الفقرات (2 ، 3 ، 5 ، 7 ، 8) من المادة 67⁽¹⁾ من هذا القانون ... " .

ورد في المادة 101 من القانون ذاته على أنه: " يجب أن يكون البيان التجاري مطابقا للحقيقة من جميع الوجوه سواء أكان موضوعا على ذات المنتجات أوعلى الأغلفة أوالفواتير أوالمكاتبات أوسائل الإعلان أوعلى غير ذلك مما يستعمل في عرض المنتجات على الجمهور، أوكان موضوعا على المحال أوالمخازن أوبها أوعلى عناوينها " .

كما تنص المادة 67 ثامنا من القانون ذاته على أنه لا يسجل كعلامة أوكعنصر منها، العلامات والمؤشرات الجغرافية التي من شأنها أن تضلل الجمهور أوتحدث لبسا لديه أوالتي تتضمن بيانات كاذبة عن مصدر المنتجات من السلع أوالخدمات أوعن صفاتها الأخرى ، وكذلك العلامات التي تحتوي على بيان اسم تجاري وهمي مقلد أومزور .

ونصت كذلك المادة 13 من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك المصري الصادر بالقانون رقم 67 لسنة 2006 على أن يلتزم المنتج أوالمستورد (بحسب الأحوال) بالامتناع عن وضع أية بيانات يكون من شأنها خداع أو تضليل المستهلك .

(1) تنص المادة 67 من القانون ذاته على أنه لا يسجل كعلامة تجارية أو كعنصر منها ما يأتي، الفقرات هي :

الفقرة 2 : العلامات المخلة بالنظام العام أوالآداب العامة .

الفقرة 3 : الشعارات العامة والأعلام وغيرها من الرموز الخاصة بالدولة أوالدول الأخرى أوالمنظمات الإقليمية أوالدولية، وكذلك أي تقليد لها .

الفقرة 5 : رموز الصليب الأحمر أوالهلال الأحمر وغيرها من الرموز المشابهة وكذلك العلامات التي تكون تقليدا لها .

الفقرة 7 : البيانات الخاصة بدرجات الشرف التي لا يثبت طالب التسجيل حصوله عليها .

الفقرة 8 : العلامات والمؤشرات الجغرافية التي من شأنها أن تضلل الجمهور أوتحدث لبسا لديه أوالتي تتضمن بيانات كاذبة عن مصدر المنتجات من السلع أوالخدمات أوعن صفاتها الأخرى ، وكذلك العلامات التي تحتوي على بيان اسم تجاري وهمي مقلد أومزور .

أولا - جريمة البيان التجاري غير المطابق للحقيقة :

سنحدث بمزيد من التفصيل عن ماهية البيان التجاري وعلاقته بالعلامة التجارية ، ثم نبين أركان جريمة العلامة كبيان تجاري غير مطابق للحقيقة .

عرفت المادة 100 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري البيان التجاري بأنه أي إيضاح يتعلق بصفة مباشرة أو غير مباشرة بأية صفة تلتحق بالمنتجات، لذلك كان البيان التجاري عبارة عن وصف أو بيان يتعلق بالذات أو بالواسطة ككلمة أو عبارة أو رموز أو تصوير لهذه الصفات⁽¹⁾. وتقع الجريمة متى كان البيان التجاري مخالفا للحقيقة لأن العبرة بالمطابقة للحقيقة وليس غير ذلك .

وحرصا من المشرع الفرنسي على حماية المستهلكين من هذا التضليل فقد عاقب الذي يقوم بتغيير البيانات الحقيقية الموضوعة على المنتج للإيحاء بأنها من مصدر مخالف للحقيقة⁽²⁾.

(1) نصت المادة 100 من قانون الملكية الفكرية المصري رقم 82 لسنة 2002 على أنه : " يعتبر بيانا تجاريا في نطاق تطبيق أحكام هذا القانون، أي إيضاح يتعلق بصفة مباشرة أو غير مباشرة بما يأتي :

- 1- عدد المنتجات أو مقدارها، أو مقاسها ، أو كيلها ، أو طاقتها ، أو وزنها .
- 2- الجهة أو البلد الذي صنعت أو أنتجت فيه المنتجات .
- 3- طريقة صنع أو إنتاج المنتجات .
- 4- العناصر والمكونات الداخلة في تركيب المنتجات .
- 5- اسم أو وصفة الصانع أو المنتج .
- 6- وجود براءات اختراع أو غيرها من حقوق الملكية الصناعية أو أية امتيازات أو جوائز أو مميزات تجارية أو صناعية.
- 7- الاسم أو الشكل الذي تعرف به بعض المنتجات " .

(2) Article L.217-7 Code de la consommation :

" Seront punis des peines prévues par l'article L. 213-1 ceux qui, par addition, retranchement ou par une altération quelconque des mentions primitivement portées sur le produit, par des annonces, brochures, circulaires, prospectus ou affiches, par la production de factures ou de certificats d'origine mensongers, par une affirmation verbale ou par tout autre moyen, auront fait croire à l'origine française de produits étrangers ou, pour tous produits, à une origine différente de leur véritable origine française ou étrangère " .

وإذا كان النص الفرنسي يضاهاى النص المصري في هذه الأحوال، إلا أن النص الفرنسي قد عدّد أساليب تغيير البيانات الحقيقية الموضوعة على المنتج ولكنه لم يشترط وضع البيانات غير الحقيقية على المنتجات ذاتها، حيث قرّر أنّ البيانات يمكن تغييرها بواسطة إعلانات أو منشورات أو ملصقات أو بإظهار فواتير أو شهادات بأصل كاذب أو حتى بواسطة تقرير شفوي . بل إنّ المشرع الفرنسي قد أطلق هذه الوسائل بأن نص في هذه المادة بعد عبارة " أو بواسطة تقرير شفوي " على عبارة " أو بأية وسيلة أخرى " .

لكن المشرع الفرنسي اشترط أن يكون هذا التغيير لحمل المستهلكين على الاعتقاد أنّ هذه المنتجات من أصل مخالف لأصلها الحقيقي .

وإحاطة بأطراف الموضوع ، وهو حماية المستهلك من التضليل وجدنا أنّ المشرع المصري في القانون رقم 82 لسنة 2002 الخاص بحماية حقوق الملكية الفكرية ، يعاقب في المادة 32 بغرامة لا تقل عن عشرين ألف جنيه ولا تجاوز مائة ألف جنيه : " ...كل من وضع بغير حق على المنتجات أو الإعلانات أو العلامات التجارية أو أدوات التعبئة أو غير ذلك، بيانات تؤدي إلى الاعتقاد بحصوله على براءة اختراع أو براءة نموذج منفعة ، وفي حالة العود تكون العقوبة الحبس مدة لا تزيد على سنتين والغرامة التي لا تقل عن أربعين ألف جنيه ولا تجاوز مائتي ألف جنيه ... " .

والجدير بالذكر أنّ المشرع المصري اعتبر الجرائم الواردة في قانون قمع الغش والتدليس وقانون حماية حقوق الملكية الفكرية وقانون الرقابة على المعادن الثمينة جرائم متماثلة في العود⁽¹⁾.

(1) تنص المادة 25 من القانون رقم 15 لسنة 2002 بتعديل بعض أحكام القانون رقم 68 لسنة 1976 بشأن الرقابة على المعادن الثمينة : " تعتبر الجرائم المنصوص عليها في هذا القانون والقرارات الصادرة تنفيذاً له والجرائم المنصوص عليها في القانون رقم 57 لسنة 1939 الخاص بالعلامات والبيانات التجارية ، في القانون رقم 48 لسنة 1941 الخاص بقمع التدليس والغش جرائم مماثلة في العود ويفصل فيها على وجه الاستعجال".

ثانيا - أركان جريمة البيان التجاري غير مطابق للحقيقة :

تعتبر العلامة بيانا تجاريا تخضع في حمايتها لحكم المادة 114 فقرة 01 من القانون رقم 2002/82 الخاص بحماية حقوق الملكية الفكرية المصري ، وبينت هذه الفقرة أركان جريمة البيان التجاري . وهي تتمثل فيما يلي :

1- الركن الأول : الركن المادي

تتمثل الواقعة المادية في وضع التاجر أوالصانع بيانا تجاريا غير مطابق للحقيقة على منتجاته أومحاله أومخازنه أوعلى عناوينها أوعلى الأغلفة أوالفواتير أوالمكاتبات أووسائل الإعلام أوغير ذلك مما يستعمل في عرض المنتجات على الجمهور . هذا يعني أنه يجب أن يكون البيان التجاري مطابقا للحقيقة من جميع الوجوه سواء أكان موضوعا على ذات المنتجات أوعلى الأغلفة أوالفواتير أوالمكاتبات أووسائل الإعلان أوغير ذلك ... وهذا فحوى المادة 101 من القانون ذاته .

2 - الركن الثاني : القصد الجنائي

جريمة البيان التجاري غير المطابق للحقيقة من الجرائم العمدية التي يجب أن يتوفر فيها القصد الجنائي ، أي ركن العمد في تضليل الجمهور عن حقيقة البيان . أما إثبات القصد الجنائي فإن المشرع لم ينص عليه صراحة، مما دفع البعض⁽¹⁾ إلى القول بأن المشرع لم يشترط إثبات سوء القصد لدى التاجر الذي يضع على منتجاته أومحلاته أوأوراقه بيانات كاذبة، كما أنه لم يشترط إثبات علمه بكذب البيان. وليس معنى ذلك نفي اشتراط القصد الجنائي من الجريمة، وإنما يفترض المشرع في كل تاجر العلم بحقيقة سلعه ، فأقام قرينة على علمه بكذب البيان وألقى على عاتقه عبء تفويض هذه القرينة بإثبات عكسها . ويبدو أنّ هذا الرأي كان صائبا، إذ لم ينف اشتراط القصد الجنائي من الجريمة وإنما جعله مفترضا في كل تاجر، أي أن يكون كل تاجر عالما بحقيقة سلعه ، وهذه قرينة على علمه بكذب البيان وهنا يلقي على عاتقه عبء إثبات عكس هذه القرينة .

(1) محسن شفيق، القانون التجاري المصري ، المرجع السابق ، ص 555 . وكذلك يرى الدكتور محمد حسني عباس أنه لا يتطلب في هذه الجريمة إثبات سوء القصد إذ أن مجرد وقوع الفعل المادي يكفي بذاته لافتراض سوء قصد المتهم. راجع : محسن شفيق، الملكية الصناعية والمحل التجاري ، المرجع السابق ، ص 348.

الفرع الثاني : جريمة الخداع في العلامة التجارية والشروع فيها

لقد سار قانون العقوبات الجزائري على نهج قانون العقوبات الفرنسي في تجريمه للغش وقد نص على بعض جرائم الغش ، ومن هذه الجرائم الجريمة المنصوص عليها في الباب الرابع الخاص بالغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية (1) .

تنص المادة 429 على تجريم الغش، والتي تعاقب بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات وبغرامة من 20000 إلى 100000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط كل من يخدع أو يحاول أوخدع المتعاقد، سواء في الطبيعة أو في الصفات الجوهرية أو في التركيب أو في نسبة المقومات اللازمة لكل هذه السلع . ومن أهم الصفات الجوهرية للسلعة العلامة التجارية .

كما شدد المشرع الجزائري العقوبة إلى السجن حتى خمس سنوات إذا ارتكبت جريمة الخداع في العلامة التجارية أو الشروع فيها بواسطة أية طريقة من الطرق المنصوص عليها في المادة 430 من قانون العقوبات (2) .

وفي المقابل نص المشرع المصري في المادة الأولى من القانون رقم 281 لسنة 1994 الخاص بقمع التدليس والغش (3) على أنه :

(1) راجع : إبراهيم الشاسي ، الوجيز في شرح قانون العقوبات الجزائري ، القسم العام، دار الكتاب اللبناني ، لبنان، 1981 ، ص 11 . محمد كامل رمضان ، الامتناع عن المساعدة في التشريع الجنائي المصري والمقارن ، رسالة دكتوراه ، كلية الحقوق ، جامعة عين شمس ، نشر 1988 ، ص 351 . شحاته اسماعيل أحمد سالم، النظرية العامة لتجريم الغش، رسالة دكتوراه ، كلية الحقوق ، جامعة القاهرة ، نشر 2002 ، ص 117 .

(2) المادتان 429 و 430 من قانون العقوبات الجزائري رقم 66-156 لسنة 1966 والمعدل والمتمم بالقانون رقم 16-02 المؤرخ في 19 يونيو 2016 .

(3) جاء القانون رقم 281 لسنة 1994 لتعديل بعض أحكام القانون رقم 48 لسنة 1941 الخاص بقمع التدليس والغش . راجع : حمد الله محمد حمد الله ، مختارات من كتاب المبادئ والتطبيقات للقانون التجاري وقانون الأعمال ، مجلة الدراسات القانونية ، كلية الحقوق بجامعة أسيوط ، العدد الثاني والعشرون، 1999 ، ص 13 . حسني الجندي ، قانون قمع الغش والتدليس في دولة الإمارات العربية المتحدة معلقا بأقوال الفقه وأحكام القضاء ، الطبعة الأولى ، دار النهضة العربية ، القاهرة، ص 13 . عبد الفضيل محمد أحمد ، جريمة الخداع التجاري في نظام مكافحة الغش التجاري السعودي ، مجلة الحقوق ، جامعة الكويت ، العدد 14 ، 18 ديسمبر 1994 ، ص 133 .

" يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن سنة وبغرامة لا تقل عن خمسة آلاف جنيه ولا تجاوز عشرين ألف جنيه أو ما يعادل قيمة السلعة موضوع الجريمة أيهما أكبر أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من خدع أو شرع في أن يخدع المتعاقد معه بأية طريقة من الطرق في أحد الأمور الآتية : ...

2- حقيقة البضاعة أو طبيعتها أو صفاتها الجوهرية أو ما تحتويه من عناصر نافعة ، وبوجه عام العناصر الداخلة في تركيبها ... " .

يلاحظ من نص المادة المذكورة أعلاه أنّ المشرع المصري قد سلك مسلك المشرع الفرنسي⁽¹⁾. كما ألزم المشرع المصري كل مورّد بأن يمدّ المعلن والمستهلك بالمعلومات الصحيحة والحقيقية عن جودة المنتج وخصائصه وتجنّب ما قد يؤدي إلى خلق انطباع غير حقيقي أو مضلل لدى المستهلك أو وقوعه في خلط⁽²⁾.

وعرفت المذكرة الإيضاحية المعلن بأنّه في مفهوم مشروع القانون هو كل شخص يقوم بالإعلان عن سلعة أو خدمة والترويج لها بذاته أو عن طريق الغير ويشمل الوكالة الإعلانية .

(1) Article L.213-1 Code de la consommation modifié par art. 3 ordonnance n°2000-916 du 19 septembre 2000 - (V) JORF 22 septembre 2000 en vigueur le 1er janvier 2002 :

" Sera puni d'un emprisonnement de deux ans au plus et d'une amende de 37 500 euros au plus ou de l'une de ces deux peines seulement quiconque, qu'il soit ou non partie au contrat, aura trompé ou tenté de tromper le contractant, par quelque moyen ou procédé que ce soit, même par l'intermédiaire d'un tiers :

1° Soit sur la nature, l'espèce, l'origine, les qualités substantielles, la composition ou la teneur en principes utiles de toutes marchandises ;

2° Soit sur la quantité des choses livrées ou sur leur identité par la livraison d'une marchandise autre que la chose déterminée qui a fait l'objet du contrat ;

3° Soit sur l'aptitude à l'emploi, les risques inhérents à l'utilisation du produit, les contrôles effectués, les modes d'emploi ou les précautions à prendre " .

(2) تنص المادة 6 من قانون حماية المستهلك المصري الصادر في ذي القعدة عام 1427 الموافق ل نوفمبر سنة 2006 على أنه : " على كل مورد ومعلن إمداد المستهلك بالمعلومات الصحيحة عن طبيعة المنتج وخصائصه وتجنّب ما قد يؤدي إلى خلق انطباع غير حقيقي أو مضلل لدى المستهلك أو وقوعه في خلط أو غلط .

ويعفى المعلن من المسؤولية متى كانت المعلومات التي تضمنها الإعلان فنية يتعذر على المعلن المعتاد التأكد من صحتها وكان المورد قد أمده بها " .

ويلزم المشرع المصري في المادة 6 من قانون حماية المستهلك السابق ذكره المورد والمعلن بأن يمد المستهلك بالبيانات الصحيحة عن كل ما يتعلق بالمنتج من حيث خصائصه وطبيعته عند الإعلان عنه، حتى يكون المستهلك على بصيرة بكل ما يتعلق بالمنتج وحتى لا يقع في غلط أو خلط ويسأل كل منها عن أية معلومة تضلل المستهلك أو تخلق انطباعا غير حقيقي لديه عن المنتج ، ويعاقب عنها بغرامة لا تقل عن خمسة آلاف جنيه ولا تتجاوز مائة ألف جنيه تضاعف بحديها في حالة العود وذلك مع عدم الإخلال بأية عقوبة أشد ينص عليها أي قانون آخر وذلك دون الإخلال بما للمستهلك من حق في التعويض .

أعفت الفقرة الثانية من المادة ذاتها المعلن دون المورد من المسؤولية في حالة ما إذا كان الإعلان متضمنا معلومات فنية أمده بها المورد يتعذر على المعلن المعتاد التأكد من صحتها فإذا لم تكن المعلومات مقدمة من المورد للمعلن فإنّ المعلن يكون مسؤولا عنها حتى لو كانت فنية يتعذر التأكد من صحتها⁽¹⁾.

ولما كان الشرط الأول في واقعة الخداع وهو الركن الأول لهذه الجريمة يستدعي توفر طرق احتيالية ، ولا شك أن العلامة المزورة أو المقلدة أو الموضوعية بغير حق هي إحدى الطرق الاحتيالية للتضليل عن المصدر الشخصي للمنتجات ، لذلك كانت واقعة تداول سلعة أو الشروع في تداولها وهي تحمل علامة مزورة أو مقلدة أو موضوعية بغير حق هي جريمة خداع . وبالتالي تقوم المسؤولية الجزائية لمرتكب جريمة الخداع في العلامة التجارية .

ولهذا يمكننا أن نتصدى بالدراسة لهذه الجريمة من خلال التقسيم التالي :

(1) راجع : محمد علي سكيكر، شرح قانون حماية المستهلك ، دار الجامعيين للطباعة والتجليد ، الإسكندرية ، 2007 ، ص 30 .

أولاً- جريمة الخداع في العلامة التجارية (الجريمة التامة) :

سنتناول فيما يلي تعريف جريمة الخداع في العلامة التجارية ، ثم تحديد أركانها .

1 - تعريف جريمة الخداع في العلامة التجارية :

لم يضع المشرع الجزائري تعريفا لجريمة خداع المتعاقد بل اكتفى القانون بالنص على تجريم الفعل ثم بيان العقوبات المقررة للجريمة .

وقد عرف الخداع بأنه تشويه الحقيقة في شأن واقعة يترتب عليه الوقوع في الغلط، ويعني ذلك أن جوهر الخداع كذب وموضوع الكذب واقعة ويترتب عليه خلق الاضطراب في عقيدة شخص وتفكيره لجعله يعتقد غير الحقيقة (1) .

وقد عدت المادة 16 من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك المصري لسنة 2006 السلوك الخداع بأنه : " يعدّ سلوكا خادعا كل فعل أوامتناع من جانب المورد أوالمعلن يؤدي إلى خلق انطباع غير حقيقي أو مضلل لدى المستهلك أويؤدي إلى وقوعه في خلط أو غلط وذلك متى انصب هذا السلوك على أي عنصر من العناصر المبينة في المادة 17 من هذه اللائحة " .

نصت المادة 17 من اللائحة التنفيذية ذاتها على أنه : " يعد إعلانا خادعا الإعلان الذي يتناول منتجا ويتضمن عرضا أو بيانا أو ادعاء كاذبا أو أي أمر آخر ينصب بصفة خاصة على عنصر أو أكثر من العناصر التالية متى كان من شأنه أن يؤدي بطريقة مباشرة أو غير مباشرة إلى خلق انطباع غير حقيقي أو مضلل وأي كانت وسيلة هذا الإعلان : العلامات التجارية أو البيانات أو الشعارات ..."(2) .

ومنه يمكن تعريف جريمة الخداع في العلامات التجارية على أنها أفعال ماسة بالعلامة التجارية تصدر من الجاني، حيث يهدف منها خداع المتعاقد أو التدليس عليه . أوتكون سلوكا ماديا من قبل الجاني باستعمال طرق احتيالية (3) (أكاذيب وحيل) بقصد تضليل المتعاقد وخداعه .

(1) محمد منصور أحمد ، المرجع السابق ، ص 300 .

(2) راجع : ممدوح محمد خيرى هاشم المسلمي، الحماية المدنية من الإعلانات التجارية الخادعة ، دراسة مقارنة ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 1998 ، ص 105 .

(3) محمد طارق عبد الرؤوف الخن، جريمة الاحتيال عبر الإنترنت، الأحكام الموضوعية والأحكام الإجرائية، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2011، ص 131. علي عدنان الفيل، الإجرام الإلكتروني، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، منشورات زين الحقوقية، بيروت ، 2011، ص 15 .

2 - أركان جريمة الخداع في العلامات التجارية :

يشترط لإعطاء واقعة تقليد العلامة أو تزويرها أو وضعها بغير حق وصف جريمة الخداع أن تتوفر فيها الأركان الآتية :

أ- الركن الأول : الركن المادي

هو فعل مادي يصدر من الجاني ، يهدف منه خداع المتعاقد معه أو التدليس عليه⁽¹⁾. ولكي يتحقق التدليس أو الخداع يتعين أن يصدر عن الجاني سواء أكان بائعا أم متعاملا مظاهر كاذبة حول صفة من الصفات التي أوردها المشرع في القانون⁽²⁾.

يتمثل الركن المادي في الأفعال الخادعة بشأن العلامة التجارية، ويترتب على هذه الأفعال إيقاع المتلقي في اللبس والخداع، سواء تم ذلك عن طريق الكذب أو التضليل، ووسيلته في ذلك الإعلان المضلل الذي من شأنه خداع المستهلك، والتأثير على سلوكه الاتفاقي. وبذلك يكون الخداع سلوكا ماديا من قبل المعلن يتمثل في أكاذيب وحيل وتضليل⁽³⁾.

(1) اعتبر المشرع المصري في المادة 2/122 من قانون الجمارك مجرد تقديم مستندات أو فواتير مزورة أو مصطنعة أو وضع علامات كاذبة أو إخفاء البضائع أو العلامات جريمة تهريب جمركي تامة متى ارتكبت بقصد التهريب مع أنها في الأصل مجرد شروع في التهريب طالما لم يترتب عليها إدخال بضائع أو إخراجها دون أداء الضرائب الجمركية .
نقض 20 أكتوبر 1969 ، مجموعة أحكام محكمة النقض المصرية ، س 20 ، رقم 214 ، ص 1090 .

(2) راجع: عمرو محمد عابدين، جرائم الغش في ظل القانون 48 لسنة 1941 المعدل بالقانون 10 لسنة 1966 و 281 لسنة 1994 و 12 لسنة 1966 و تعليمات مراقبة الأغذية ، منشأة المعارف، الإسكندرية ، 2005 ، ص 10 .

(3) محمد علي سكيكر، الوجيز في جرائم قمع التدليس والغش وحماية المستهلك (في ضوء التشريع والفقهاء والقضاء)، الطبعة الأولى، دار الجامعيين للطباعة والتجليد، الإسكندرية ، 2008، ص 18. رضا متولي وهدان، الخداع الإعلاني وأثره في معيار التدليس في القانون المدني وقانون حماية المستهلك والفقهاء الإسلامي، دراسة مقارنة، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية ، كلية الحقوق ، جامعة المنصورة ، العدد الثالث والأربعون ، أبريل 2008 ، ص 233 .

ب- الركن الثاني : القصد الجنائي

جريمة الخداع هي جريمة عمدية، فمن ثم يلزم أن يتوافر فيها القصد الجنائي العام ، أي انصراف إرادة الجاني إلى الواقعة مع العلم بتوافر أركانها في الوقائع ، وأن يعلم بأن القانون يعاقب عليها. أي أن يكون الجاني عالما بالغش الحاصل في العلامة التجارية ويتعمد خداع المتعاقد أو المشتري .

استقرت محكمة مصر العليا على أنّ جريمة خداع المشتري هي من الجرائم العمدية، التي يشترط لتوافر أركانها ثبوت القصد الجنائي لدى الجاني وهو علمه بالغش والخداع الحاصل في البضاعة، وأنه تعمد إدخال هذا الغش وخداع المتعاقد الآخر⁽¹⁾.

ومفاد هذا أن المشرع لا يكتفي لقيام هذه الجريمة بالقصد الجنائي العام ، وإنما يتطلب فوق ذلك قصدا خاصا وهو تعمد إدخال هذا الغش على المتعاقد الآخر .

ثانيا - الشروع في الخداع في العلامة التجارية :

سنتناول فيما يلي تعريف الشروع في جريمة الخداع ثم أركانه .

1- تعريف الشروع في الخداع في العلامة التجارية :

الشروع هو البدء في تنفيذ فعل بقصد ارتكاب جنائية إذا أوقف أواخر أثره لأسباب لا تدخل لإرادة الفاعل فيها، ولا يعتبر شروعا في الجنائية مجرد العزم على ارتكابها ولا الأعمال التحضيرية⁽²⁾. والأصل أنه لا عقوبة على الشروع في الجنحة بغير نص، والشروع في المخالفة لا يعاقب عليه إطلاقا⁽³⁾، فالشروع في جريمة الخداع في العلامة التجارية يعاقب عليه طبقا للمادة 429 من قانون العقوبات الجزائري التي نصت على عقاب الشروع في جريمة الخداع في أية صورة كانت ، حيث تتمثل هذه الجريمة في شروع الجاني في خداع المتعاقد بأن يعرض عليه ويقدم له البضاعة الحاملة للعلامة المغتصبة .

(1) نقض جنائي ، 29 / 03 / 1955 ، قواعد محكمة النقض المصرية ، رقم 16 ، ص 88 .

(2) المادة 30 من قانون العقوبات الجزائري تقابلها المادة 45 من قانون العقوبات المصري رقم 58 لسنة 1937 المعدل والمتمم بالقانون رقم 95 لسنة 2003 .

(3) المادة 31 من قانون العقوبات الجزائري والمادة 47 من قانون العقوبات المصري .

2- أركان الشروع في الخداع في العلامة التجارية :

يشترط في الشروع شأنه شأن كل سلوك إجرامي يخضع للعقاب توافر ركنين :

أ - الركن الأول : الركن المادي

هو النشاط الخارجي أو السلوك الإجرامي الذي يختلف من جريمة إلى أخرى بحسب نوعها الذي يكشف عن إرادة الجاني في تنفيذ الجريمة .

ولما كانت جريمة الخداع تفترض خداع شخص معين، فإن الشروع فيها لا يكون إلا عند البدء في الإتيان بطرق احتيالية موجهة ضد شخص معين. ومعنى ذلك أنه يجب توفر شرطين لاعتبار وجود حالة الشروع المعاقب عليها في حالة العلامة المغتصبة وهما :

- حصول اعتداء على العلامة التجارية .

- أن تعرض العلامة التجارية المغتصبة مع البضاعة على شخص معين، وبالتالي إذا لم يكن هناك شخص معين بالذات فليس هناك شروع في جريمة الخداع .

على ذلك فمجرد عرض بضائع تحمل علامة مغتصبة في المحل لا تعتبر شروعا في جريمة الخداع إذ لا يوجد مجني عليه معين، إنما يجوز اعتبار حالة العرض أعمالا تحضيرية لجريمة الخداع. فالجريمة لا تبدأ إلا حيث يبدأ خداع المتعاقد، وبالتالي فالشروع يعتبر قائما إذا حدد هذا المتعاقد الذي سيُخدع ، وعلى ذلك فعرض أية بضاعة تحمل علامة مغتصبة غير معاقب عليه طبقا للقانون .

ب - الركن الثاني : القصد الجنائي

يشترط في كل جريمة توافر الركن المعنوي، حيث يتمثل القصد الجنائي في انصراف إرادة الجاني إلى ارتكاب الجريمة مع العلم بعناصرها القانونية⁽¹⁾. لذلك يشترط أيضا لقيام الشروع توافر هذا الركن، والقصد الجنائي اللازم توافره في الشروع هو نفس القصد الجنائي الواجب توافره في الجريمة التامة. فالجاني لا يمكن اعتباره في حالة شروع إلا إذا انصرف نية إلى ارتكابها تامة، أي أن يكون الجاني عالما بالغش الحاصل في العلامة التجارية ويشرع في خداع المتعاقد أو المشتري وتضليله .

(1) راجع: عبد الله سليمان، شرح قانون العقوبات الجزائري، القسم العام، الجريمة، الطبعة السادسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص 231 .

المطلب الثاني

جرائم العلامات التجارية المخالفة للنظام العام والبيانات الأساسية

إنّ العلامة أهم وسيلة لتداول السلع وعنصر من العناصر الفعالة في السوق التجارية، لذلك كان من اللازم حمايتها حتى لا تكون وسيلة من وسائل الاعتداء على الشعور العام سواء بمخالفتها النظام العام أو الآداب العامة أو بالإدعاء بتسجيلها قانونا .

وفي ظل غياب نص في التشريع الجزائري يعاقب فيه على استخدام العلامات الممنوعة قانونا، حيث أنّه قد حظر المشرع تسجيل بعض أنواع العلامات كعلامات تجارية إلا أنه قد أغفل النص على تجريم من يستخدم هذه العلامات، وتحديد المسؤولية الجزائية في هذه الجرائم .

وفي المقابل نص على جريمة الإدعاء بتسجيل العلامة وذلك بقصد الحيلولة دون حدوث الاعتقاد بتسجيلها على خلاف الحقيقة، وذلك من أجل حماية نظام تسجيل العلامات وبالتالي عدم تضليل وخداع الجمهور وضمان صحة البيانات الدالة على حدوث التسجيل⁽¹⁾. سيتم التطرق لهذه الجرائم بصورة مفصلة وموضحة، حيث سنتناول جريمة العلامة التجارية المخالفة للنظام العام أو الآداب العامة (الفرع الأول) ثم جريمة الإدعاء بتسجيل علامة تجارية (الفرع الثاني) .

(1) راجع: عبد العظيم مرسي وزير، حماية المستهلك في ظل قانون العقوبات الاقتصادي في مصر، تقرير مقدم إلى الحلقة التمهيدية للمؤتمر المنعقدة في مدينة فريبورج ، ألمانيا الاتحادية ، مكتبة الإسكندرية ، 20 - 23 سبتمبر 1982، ص 170 .

الفرع الأول : جريمة العلامة التجارية المخالفة للنظام العام أوآداب العامة

قضت المادة 67 الفقرة 2 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري على منع تسجيل العلامة أو كعنصر منها العلامات المخلة بالنظام العام أوآداب العامة ، ثم نصت المادة 114 من القانون ذاته على مساءلة كل من استعمل علامة في الحالة المنصوص عليها في الفقرة الثانية من المادة 67 من هذا القانون ، ومعاقبته بالعقوبات المنصوص عليها في هذا القانون . وجريمة مخالفة العلامة للنظام العام أوآداب العامة كغيرها من الجرائم السابقة الذكر تتكون من أركان وهي (1) :

أولا - الركن الأول : الركن المادي

يتمثل الركن المادي في هذه الجريمة باختلاف صور استخدام العلامات المحظورة ، ويمكن إجمالها على النحو الآتي :

1- استخدام العلامة المخلة بالنظام العام أوآداب العامة : ويتمثل الركن المادي في هذه الصورة بأن يقوم الجاني باستخدام علامة معينة تخل بالنظام العام أوآداب العامة ، كأن يقوم بوضع صورة مخلة بالحياء على منتجات معينة، فإن هذا الفعل يعدّ مخالفا لآداب العامة في تلك الدولة، وإن هذه المسألة هي تقديرية وتخضع للعرف السائد في الدول ويستخلصها قاضي الموضوع من ظروف ووقائع الدعوى .

وبعبارة أخرى فإنّ المشرع قد عاقب على قيام الشخص بوضع علامة مخالفة للنظام العام أوآداب العامة على منتج معين، إلاّ أنه لم يحدد ضابط الاستعمال المحقق لنموذج هذه الجريمة .
بالتالي فإنه لايشترط لتحقق الجريمة أن يستخدم مثل هذه العلامة على منتجات أوبضائع معينة، وإنما يكفي لقيامها استعمال مثل هذه العلامة بأية طريقة تدل على ذلك ، كأن يضع تلك العلامة على الأوراق الخاصة بالتجارة أو على باب المحل .

2- استخدام الشعارات العامة وأعلام الدولة ورموزها وأعلام الدول الأخرى ورموزها ، واستخدام أعلام المنظمات الإقليمية ورموزها .

(1) آمنة صامت ، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية ، المرجع السابق ، 195 .

يتمثل الركن المادي في هذه الصورة بأن يقوم الجاني باستخدام الشعارات العامة والأعلام والرموز سواء كانت للدولة المقيم فيها أولدول أخرى أوحى لمنظمات إقليمية ، وإن الغاية من تجريم هذا الاستخدام هو الثقة في هذه الرموز والشعارات والأعلام ، وصورتها بأن يقوم الجاني بوضع علم الدولة كعلامة تجارية على المنتج .

3- استخدام البيانات الخاصة بدرجات الشرف ، ويتمثل الركن المادي هنا في أن يقوم الجاني باستعمال بيانات مخصصة لدرجات الشرف سواء كانت تلك البيانات تعود له أولشخص آخر ، وأن يستخدم مثل هذه البيانات على بضائع أومنتجات معينة .

4- استخدام رموز الصليب الأحمر أوالهلال الأحمر أوغيرها من الرموز المشابهة ، إذ يتمثل الركن المادي في أن يتم استخدام رمز الصليب الأحمر أوالهلال الأحمر حتى ولو كان مقلدا على بضائع أومنتجات .

الواضح أنّ المشرع لم ينص صراحة بالعقاب على من استعمل العلامات المطابقة أوالمشابهة للرموز ذات الصبغة الدينية البحتة بالرغم من خطورة هذا الاستعمال، وضرورة هذا الحظر ولو أنه منع تسجيلها (1) .

ولعله تعمد منع الحظر وترك تكييف كل حالة لظروفها ، ومعيار مدى مخالفتها للنظام العام بالنظر للمنتجات التي تحملها تلك العلامة. إذ مما لا شك فيه أنّ استعمال صورة الكعبة أوجامع كعلامة لمنتجات لا يأبى الدين الإسلامي استعمالها وتداولها كالروائح الشرقية، لا تعتبر إخلالا بالنظام العام بينما استعمال هذه الصور على مشروبات روحية يعتبر إخلالا بذلك . وبالعكس استعمال صورة صليب كعلامة للخمر لا يعتبر إخلالا بالنظام العام .

ويبدو من الأفضل أن ينص المشرع على العلامات المطابقة أوالمشابهة للرموز ذات الصبغة الدينية (المنصوص عليها في المادة 67 فقرة 4) في المادة 114 فقرة 3 مثلما نص على رموز الصليب الأحمر أوالهلال الأحمر، وذلك لأن العلامات ذات الصبغة الدينية أولى بالحماية من أية علامات أخرى .

5- استخدام أية علامة أو مؤشر جغرافي من شأنه أن يؤدي إلى خداع وتضليل المستهلك أواستخدام بيان كاذب عن مصدر المنتجات أوحى عن صفاتها أواستخدام علامة تحتوي على بيان اسم تجاري وهمي مقلد أومزور .

(1) محمد منصور أحمد ، المرجع السابق ، ص 314 .

الركن المادي هنا يتمثل في أن يقدم الجاني على استعمال علامة من شأنها أن تؤدي إلى خداع وتضليل المستهلك في مصدر المنتجات والبضائع ، وبالتالي فإنّ تضليل المستهلك وخداعه هو قوام الركن المادي في هذه الجريمة، إضافة إلى أن يقوم الجاني بوضع بيان كاذب يتعلق سواء بمصدر البضاعة أو المنتج أو صفته تؤدي بالنتيجة إلى تضليل المستهلك وخداعه في مصدر تلك البضائع⁽¹⁾ .

أخيرا يمكن القول أنه حتى يتكون الركن المادي لهذه الجريمة يجب استعمال علامة مخالفة للنظام العام أو الآداب العامة في تضليل الجمهور وخداعهم ، ولقد حثّ المشرع المصري في المادة 114 السابقة الذكر على معاقبة كل من استعمل علامة مخالفة للنظام العام أو الآداب العامة . والهدف الذي يرمي إليه المشرع من وضع عقوبات لهذه الجريمة هو حماية المستهلك وكذلك حماية العلامة من أن تكون وسيلة من وسائل الاعتداء على الشعور العام سواء بمخالفتها النظام العام أو الآداب العامة، ويتحقق الحماية الجزائية لهذه العلامة تقوم المسؤولية الجزائية لمرتكب هذه الجريمة .

ثانيا - الركن الثاني : القصد الجنائي

تعتبر جرائم استخدام علامة تجارية ممنوعة قانونا من الجرائم العمدية التي يشترط لتحقيقها توافر القصد الجنائي لدى الجاني⁽²⁾ .

يتمثل الركن المعنوي في هذه الجريمة في علم الجاني بأنه يستعمل علامة حظر المشرع تسجيلها كعلامة تجارية أو حتى كعنصر منها ورغم ذلك يقوم باستخدامها. وبذلك فإنه يكتفى بالقصد الجنائي العام، إذ لا يشترط توافر القصد الجنائي الخاص في مثل هذه الجرائم. وعليه فإنّ القصد الجنائي في مثل هذه الجرائم مفترض لدى مرتكب الفعل، لكون القاعدة العامة تقضي بافتراض العلم بأحكام القانون لدى الكافة .

ولكن لما كان معيار النظام العام أو الآداب العامة معيارا مرنا لا ضابط له ، وجب أن يكون عبء إثبات هذا القصد على المدعي (النيابة العامة)، وللمتهم نفيه بإثبات حسن نيته إذا رفض تسجيل هذه العلامة لمخالفتها للنظام العام أو الآداب العامة ، أولمطابقتها للشعارات العامة أو الأعلام أو الدمغات أو رموز الصليب الأحمر .

(1) ناصر عبد الحلیم السلامات ، المرجع السابق ، ص 343 .

(2) راجع: الجمعية المصرية للقانون الجنائي، التقارير المقدمة من أعضاء الجمعية إلى المؤتمر الدولي الثالث عشر لقانون العقوبات (من 1-7 أكتوبر 1984) ، مطبعة جامعة القاهرة ، القاهرة ، 1984 ، ص 1 وما بعدها .

لا شك في أن مشرع القانون رقم 82 لسنة 2002 الخاص بحماية حقوق الملكية الفكرية المصري، وهو مشرع جنائي لم يحالفه التوفيق في إيراد هذا النص بهذه الصياغة. فهي وإن كانت صالحة في التشريعات المدنية فهي ليست كذلك في التشريعات الجنائية وخاصة فيما يتعلق بمخالفة الآداب العامة، لأنها كلمة مرنة يختلف تقديرها من مكان لآخر ومن قاض لآخر، فما يراه هذا القاضي من مخالفة الرسم للآداب العامة قد لا يراه قاض آخر.

لذلك يرحح تطبيق هذا النص في أضيق حدوده مع مراعاة ظروف الإنتاج والعرف التجاري والآداب العامة المتبعة في هذا الخصوص. وبالتالي فمرجع مخالفة العلامة للنظام العام أو الآداب العامة هو القانون العام أي قانون العقوبات⁽¹⁾.

في هذا المقام يبدو من الأفضل أن يسلك المشرع الجزائري مسلك المشرع المصري ، بأن يستحدث نصا يعاقب فيه على استخدام العلامات الممنوعة قانونا، إذ أنه حظر تسجيل بعض أنواع العلامات كعلامات تجارية إلا أنه أغفل النص على تجريم من يستخدم هذه العلامات، وتحديد المسؤولية الجزائية في هذه الجرائم .

(1) آمنة صامت ، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية ، المرجع السابق ، ص 198 .

الفرع الثاني : جريمة الإدعاء بتسجيل علامة تجارية

يفترض فيمن يتقدم لتسجيل علامة تجارية لدى الجهات صاحبة العلاقة أن يقوم بتعبئة البيانات الصحيحة عن العلامة التجارية والبضاعة التي سيقوم بوضع هذه العلامة عليها، خاصة وأن هذه الجهات لديها تصنيفات خاصة للبضائع والمنتجات . ولذلك فإنّ أي بيان غير صحيح يتم تدوينه لدى هذه الجهات هو جرم تقوم عليه المسؤولية الجزائية ويعاقب عليه القانون بموجب بعض التشريعات الخاصة بالعلامات التجارية أو بموجب تشريعات أخرى (1) .

أولا - تعريف جريمة الإدعاء بتسجيل علامة تجارية :

لقيام هذه الجريمة يقوم صاحب علامة تجارية غير مسجلة بوضع بيان على العلامة، وذلك حتى يوهم الآخرين بأنّ هذه العلامة مسجلة لدى الجهات المختصة، مما يدعو هؤلاء إلى الإقبال على هذه البضائع معتقدين وبسبب وجود بيان على هذه العلامة بأنها مسجلة (2) .

يقصد بتجريم هذا الفعل الحيلولة دون حدوث الاعتقاد بتسجيل العلامة على خلاف الحقيقة، وذلك من أجل حماية نظام تسجيل العلامات وبالتالي عدم تضليل وخداع الجمهور وضمان صحة البيانات الدالة على حدوث التسجيل. وبعد التعرف على جريمة الإدعاء بتسجيل علامة تجارية سنتناول أركان هذه الجريمة على النحو التالي :

(1) ناصر عبد الحليم السلامات ، المرجع السابق ، ص 345 .

(2) ويقصد من جريمة إيهام الغير بتسجيل العلامة التجارية تجريم الإدعاء بهذا التسجيل مراعاة للنظام العام وحماية جمهور المستهلكين من الغش والتضليل ، وبناء على ذلك يعتبر كل من وضع بيانات كاذبة تؤدي إلى الاعتقاد بالتسجيل مرتكبا لجريمة جنائية ومستحقا للعقوبة المقررة لها بالقانون . راجع : محمد عبد الرحيم الناغي ، الحماية الجنائية للرسوم والنماذج الصناعية ، دراسة مقارنة ، دار النهضة العربية ، القاهرة، 2009 ، ص 202 .

ثانيا- أركان جريمة الإدعاء بتسجيل علامة تجارية :

نص المشرع الجزائري على جريمة الإدعاء بتسجيل علامة تجارية في المادة 33 من الأمر رقم 03-06⁽¹⁾. جاءت هذه الأحكام أمره ، ولذا كان من المنطقي إخضاع كل من قام بخرقها لعقوبة جزائية .

كما وردت جريمة الإدعاء بتسجيل علامة تجارية في متن المادة 2/114 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري .

1- الركن الأول : الركن المادي

تتمثل الواقعة المادية في وضع الأشخاص على سلعهم أوخدماتهم علامة غير مسجلة أولم يطلب تسجيلها بعد وفقا للمادة 4 من الأمر رقم 03-06⁽²⁾ .

يتجسد السلوك الإجرامي في قيام شخص يملك علامة تجارية غير مسجلة بوضع بيان غير صحيح يوحي للمستهلك العادي بأن هذه العلامة مسجلة، ولا فرق في ذلك باستخدام ألفاظ صريحة أوضمنية مادامت تدل على وقوع التسجيل لتلك العلامة وفقا لما نصت عليه المادة 2/114 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري⁽³⁾.

2- الركن الثاني : القصد الجنائي

إنّ هذه الجريمة تتطلب توافر العنصر المعنوي، نظرا لاستعمال عبارة "وضعوا " في نص المادة 4 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، أي تعمدوا وضع العلامة غير المسجلة على البضائع أوالسلع . وهنا يتمتع قضاة الموضوع بسلطة واسعة في تقدير الوقائع .

أما في نص المادة 2/114 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري يشترط لقيام هذه الجريمة توافر سوء النية لدى مرتكبها، إذ يكفي مجرد وقوع الفعل لافتراض القصد الجنائي. لأنه يفترض في كل تاجر علمه بحقيقة بضائعه وصحة البيانات التي يضعها عليها ، وذلك يعني أنّ مجرد إثبات الركن المادي لهذه الجريمة يكفي لثبوت سوء نية الفاعل .

وكخلاصة لما سبق يمكن القول أنه لا يكفي لقيام المسؤولية الجزائية لمرتكب جرائم التعدي على العلامات التجارية أن تتوفر أركان هذه الجرائم فقط ، وإنما يجب أن تكون هذه العلامة مسجلة وفقا للشروط القانونية المنصوص عليها في التشريع .

⁽¹⁾ V . art . L . 716 – 10 C . Fr . Propr . Intell .

⁽²⁾ المادة 4 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات الجزائري : " لا يمكن استعمال أي علامة لسلع أو خدمات عبر الإقليم الوطني إلا بعد تسجيلها أو إيداع طلب تسجيل بشأنها عند المصلحة المختصة " .

⁽³⁾ المادة 2/114 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري .

الباب الثاني

أحكام المسؤولية الجزائية في جرائم التعدي على العلامات التجارية

لا يكفي لقيام الجريمة أن يقع الركن المادي المكوّن لها كما هو موصوف في النص الجنائي، ويتوفر الركن المعنوي اللازم لتمامها حتى يتم توقيع الجزاء على الفاعل ، وإنما يلزم أيضا أن تتوفر في حقه المسؤولية الجزائية الموجبة للجزاء، التي يسعى من خلالها المشرع توفير الحماية الجزائية للحقوق والحريات .

والمسؤولية الجزائية باعتبارها مسؤولية قانونية يقصد بها ثبوت الجريمة إلى الشخص الذي ارتكب فعلا غير مشروع ، يصبح بمقتضاه مستحقا للعقوبة التي قررها القانون (1) .

عرفت المسؤولية الجزائية بأنها التزام يقع على كل من يرتكب جريمة ما للخضوع للجزاء المقرر لتلك الجريمة (2) .

تفترض المسؤولية الجزائية كشرط أول وقوع سلوك غير مشروع يتطابق مع النموذج القانوني لإحدى الجرائم المنصوص عليها في قانون العقوبات أو القوانين الخاصة ، ويستوي في هذا السلوك أن يكون جريمة تامة أو على الأقل شروعا فيها . كما تفترض كشرط ثان توافر الأهلية الجنائية ، وتحقق هذه الأهلية بتوافر شرطين هما الإدراك أو التمييز، والإرادة . وعلى ذلك إذا انتفى أحد هذين الشرطين أو كلاهما بسبب أي عارض كالجنون أو الإكراه أو غير ذلك، فلا محل حينئذ لتقرير مسؤوليته عن الجريمة وتوقيع الجزاء الجنائي عليه. وليس معنى ذلك أن المجتمع سيقف عاجزا في مواجهة من امتنعت مسؤوليته كليا لهذا السبب ، وإنما له أن يواجه خطورته بإنزال التدبير الاحترازي الملائم له (3) .

ونظرا لاعتبار موضوع المسؤولية الجزائية من أهم المسائل الأساسية في قانون العقوبات، الأمر الذي اقتضى معه دراسة قيام المسؤولية الجزائية في جرائم التعدي على العلامات التجارية في الفصل الأول ثم العقوبات الجزائية المقررة لجرائم التعدي على العلامات التجارية في الفصل الثاني .

(1) راجع: توفيق حسن فرج، مدخل العلوم القانونية، النظرية العامة للحق، الطبعة الأولى، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، 1978، ص 276 . غني ناصر حسين القرشي، علم الجريمة، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن ، 2011 ، ص 84 .

(2) Jean Pradel , Droit pénal , Introduction générale , Droit pénal général , 6^{ème} édition , Cujas , Paris , N°370 , 1988, p.391.

(3) عبد القادر عدو، مبادئ قانون العقوبات الجزائري، نظرية الجريمة - نظرية الجزاء الجنائي، القسم العام، دار هومة، الجزائر، 2010 ، ص 213 .

الفصل الأول

قيام المسؤولية الجزائية في جرائم التعدي على العلامات التجارية

الأصل أنّ المسؤولية الجزائية شخصية لا يسأل عنها إلا من ارتكب الفعل الإجرامي ، إلا أنّ بعض التشريعات في مجال حماية العلامة التجارية قد خرجت عن الأحكام الواردة في التشريع العام ، إذ قررت هذه التشريعات اعتبار بعض صور المساهمة الجزائية جرائم مستقلة بحد ذاتها .

تعتبر المسؤولية الجزائية من النظريات الأساسية في القانون الجنائي وعلى الرغم من أهميتها فقد أغفل المشرع الجزائري رسم معالمها واكتفى بالإشارة إلى أحكامها في بعض النصوص المتفرقة .

من المسائل التي أثارت خلافا في الفقه ولم يستقر وضعها في التشريع بصفة حاسمة، مسألة إسناد الجريمة إلى الشخص المعنوي كالشركات والجمعيات والنوادي والمؤسسات والنقابات وما إلى ذلك من الهيئات التي يسبغ عليها القانون شخصية مستقلة عن الأفراد المكونين لها⁽¹⁾.

وإن كان التشريع الحديث قد استبعد نهائيا المسؤولية الجزائية عن الشخص المعنوي وحصرها في الإنسان وحده، فإنّ هناك مسألة لازالت محل خلاف كبير في الفقه ولم يستقر عليها التشريع في بعض الدول، وإن كانت قد أقرتها في تشريعات خاصة . وهي مسؤولية الشخص المعنوي والتي ستكون إحدى محاور هذه الدراسة ، وذلك للوقوف على مدى تصور المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي في إطار جرائم التعدي على العلامة التجارية وتحديد مواقف التشريعات الخاصة بالعلامة التجارية من ذلك .

عليه سنتناول الأصل المسؤولية الجزائية للشخص الطبيعي في جرائم العلامات التجارية في المبحث الأول ثم مدى تحقق مسؤولية الشخص المعنوي في جرائم العلامات التجارية في المبحث الثاني .

(1) راجع : إدوارد غالي بطرس ، المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية ، مجلة إدارة قضايا الدولة ، العدد الرابع ، 1958 ، ص 44 . فتوح الشاذلي، شرح قانون العقوبات، المسؤولية والجزاء ، القسم العام، الكتاب الثاني ، دار الهدى للطبوعات، الإسكندرية، 1997 ، ص 26 . أحمد يحي موافي، الشخص المعنوي ومسؤولياته إداريا وجنائيا ، منشأة المعارف ، الإسكندرية ، بدون سنة نشر، ص 248 . محمود محمود مصطفى ، فكرة الفاعل والشريك في الجريمة ، المجلة الجنائية القومية ، القاهرة ، العدد الأول، 1958 ، ص 17.

المبحث الأول

الأصل المسؤولية الجزائية للشخص الطبيعي في جرائم العلامات التجارية

المسؤولية تعني بشكل عام تحمل الشخص تبعه عمله وعقابه على أساسه ، ولكي يسأل الشخص جنائيا عن جريمة ارتكبها لابد من أن يكون أهلا لتحمل المسؤولية الجزائية بشرطها الإدراك أو التمييز وحرية الاختيار أو الإرادة ، وهذان الشرطان لا يتوفران إلا في الشخص الطبيعي⁽¹⁾. من ذلك يتضح أنّ للمسؤولية جانبين : الأول مادي ، يتحقق بوجود واقعة ذات كيان مادي يصفها القانون بـ " الجريمة " . والثاني شخصي ، يتمثل في أهلية مرتكب الجريمة للخضوع للجزاء الجنائي، سواء أكانت عقوبة أم تدبيرا وقائيا .

هذا يعني أنّ هذه المسؤولية هي مسؤولية قانونية ينص عليها القانون صراحة ويبين صورها وشروطها، ولهذا يشترط لقيامها أن يكون القانون قد جرم سلوكا معيناً ، وأن يرتكب الجاني هذا السلوك مختاراً، وأن يكون شخصا صالحا لاستحقاق الجزاء.

لا تقوم المسؤولية الجزائية إلا إذا توافرت في الفعل المكون للجريمة المرتكبة صفة عدم المشروعية، تطبيقاً لمبدأ شرعية الجرائم والعقوبات⁽²⁾ الذي يعني أنه لا يجوز تجريم فعل لم ينص القانون الساري وقت وقوعه صراحة على تجريمه ، وأنه لا يجوز توقيع العقوبة على مرتكب الجريمة خلاف تلك المقررة قانوناً لها⁽³⁾.

وبما أنّ مجال الدراسة هو المسؤولية الجزائية في جرائم العلامات التجارية ، فإنّ الدراسة تقتضي تناول أساس هذه المسؤولية ، وذلك بغية الوقوف على موقف التشريعات الخاصة بالعلامة التجارية من معالجة هذه المسألة ، أم يتم الرجوع فيها إلى أحكام المسؤولية في التشريع العام . لذا سيتم تناول أساس المسؤولية الجزائية في جرائم العلامات التجارية (المطلب الأول) ثم خصوصية أحكام المسؤولية الجزائية للمساهم في جرائم العلامات التجارية (المطلب الثاني) .

(1) راجع: إبراهيم علي صالح ، المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية ، دار المعارف ، القاهرة، 1980 ، ص 29 .

(2) تنص المادة الأولى من قانون العقوبات الجزائري على أنه : " لا جريمة ولا عقوبة أو تدبير أمن بغير قانون " .

(3) زينب سالم، المسؤولية الجنائية عن الأعمال البنكية (دراسة مقارنة بين التشريع المصري والتشريع الجزائري)، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية ، 2010 ، ص 41 .

المطلب الأول

أساس المسؤولية الجزائية في جرائم العلامات التجارية

إن تحديد أساس المسؤولية بصفة عامة ليس ترفاً علمياً أو نزهة فكرية ، وإنما هو مسألة أولية لاغنى عنها لضبط مفهوم المسؤولية وبيان حدودها . وفي مجال القانون الجنائي على وجه الخصوص نجد أنّ تحديد أساس المسؤولية الجزائية هو مقدمة ضرورية لتحديد شروطها وآثارها، وقد قيل في هذا الصدد : " أنّ أساس المسؤولية الجزائية ليس مجرد موضوع من موضوعات القسم العام في القانون الجنائي، بل هو القانون الجنائي كله . وعلى ضوء الأساس الذي نختاره و نقبله ترتفع الأبنية الجنائية في التجريم والجزاء" (1) .

من خلال ما سبق يمكن صياغة مشكلة تحديد أساس المسؤولية الجزائية في السؤال الآتي : لماذا يسأل الشخص جزائياً ؟ للإجابة على هذا السؤال انقسم الفقه في ذلك إلى مذاهب ، ولكل من هذه المدارس الفقهية الجنائية أفكار ، حيث تشكل كل فكرة منها إطاراً فلسفياً لتحديد أساس المسؤولية الجزائية ، وعلى هدى من هذا التحديد ترسم كل مدرسة سياستها الجنائية (2) .

إذ يقيم الاتجاه التقليدي في الفقه الجنائي المسؤولية الجزائية على حرية الاختيار، وموداها أنّ مرتكب الجريمة قد اختار بإرادته الحرة سلوك الطريق المخالف للقانون . فالجاني كان عليه أن يختار بين السلوك المطابق للقانون والسلوك المخالف له ، فإذا ما اختار السلوك المخالف للقانون بإرادته الحرة ، كان مسؤولاً عن هذا الاختيار مسؤولية جزائية .

(1) راجع : محمد كمال الدين إمام ، المسؤولية الجنائية أساسها وتطورها ، دراسة مقارنة في القانون الوضعي والشريعة الإسلامية ، الطبعة الثانية ، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، بيروت ، 1991، ص 17 . فتوح عبد الله الشاذلي ، المسؤولية الجنائية ، دار المطبوعات الجامعية ، الإسكندرية، 2006 ، ص 6 .

(2) أحمد فتحي بهنسي، المسؤولية الجنائية بين الشريعة الإسلامية والتشريعات الوضعية ، المجلة الجنائية القومية ، القاهرة، العدد الأول ، 1976 ، ص 330 .

يعني هذا أنّ مناط المسؤولية هو حرية الإنسان في توجيه إرادته نحو السلوك الإجرامي، وإذا انعدمت حرية الإرادة أو انتقصت وجب القول بانعدام المسؤولية أو تخفيفها⁽¹⁾.

إلا أنّ هذا المذهب وجّه إليه النقد حول أنه يبيّن المسؤولية على فرض وهمي لا على حقيقة ثابتة، فليس هناك دليل قاطع على الحرية في الاختيار⁽²⁾.

في المقابل يرى أنصار مذهب الجبرية أنّ تحديد أساس المسؤولية الجزائية مرتبط بمبدأ الجبرية أو الحتمية، فالأفعال الإنسانية ما هي إلا نتيجة حتمية لأسباب مؤدية إليها، فقوانين السببية هي التي تسيطر على كل ظواهر الكون. وقد وجد أنصار هذا المذهب ضالّتهم المنشودة في فكرة الخطورة الإجرامية، التي جعلوا منها أساساً لنوع من " المسؤولية الاجتماعية ". فالجاني يسأل عن الجريمة لا لكونه قد اختار السلوك الإجرامي بل لأنّ هذا السلوك يكشف عن خطورة إجرامية كامنة في شخصه ينبغي مواجهتها بالتدابير الملائمة لحماية المجتمع.

وقد وجّه النقد لهذا الاتجاه كونه يجعل المجرم مجرد آلة بين الظروف والعوامل المختلفة، وأنّ إرادته كانت مسيرة بدون أن يكون لها أدنى دخل فيما يحدث.

نتيجة للانتقادات التي وجهت إلى مذهبي حرية الاختيار والحتمية، توجه بعض الفقه إلى إقامة المسؤولية الجزائية على أساس مذهب توفيق يأخذ بحسنات كل مذهب وتفاذي عيوبه⁽³⁾.

⁽¹⁾ راجع : علي عبد القادر القهوجي وفتح عبد الله الشاذلي، شرح قانون العقوبات، النظرية العامة للجريمة، المسؤولية والجزاء الجنائي، القسم العام، مطابع السعدني، الإسكندرية، 2004، ص 7. محمد عيد الغريب، شرح قانون العقوبات، النظرية العامة للجريمة، القسم العام، مطبعة أبناء وهبة حسّان، القاهرة، 1994، ص 879. مصطفى إبراهيم الزلمي، المسؤولية الجنائية في الشريعة الإسلامية، مطبعة أسعد، بغداد، 1982، ص 82. سمير عالية، شرح قانون العقوبات، القسم العام، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 1998، ص 275. محمود نجيب حسني، شرح قانون العقوبات، القسم العام، الطبعة السادسة، دار النهضة، القاهرة، 1989، ص 507. السعيد مصطفى السعيد، الأحكام العامة في قانون العقوبات، دار المعارف، القاهرة، 1962، ص 379.

⁽²⁾ محمد مصطفى القلبي، في المسؤولية الجنائية، مطبعة جامعة فؤاد الأول، القاهرة، 1984، ص 5.

⁽³⁾ محمود سليمان موسى، شرح قانون العقوبات الليبي، القسم العام، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2002، ص 15.

التسليم بحرية الاختيار كأساس للمسؤولية الجزائية لا يقود بالضرورة إلى إهمال دراسة العوامل التي تحيط بسلوك الفرد وتتضافر مع إرادته في إنتاج الجريمة . فالعناية بشخص مرتكب الجريمة ومحاولة استئصال خطورته الإجرامية عن طريق العقوبة أو التدبير، لا تتعارض مع نسبة الجريمة إلى إرادته الحرة . ولا تناقض في الجمع بين المسؤولية الجزائية التي تقوم على حرية الاختيار، وتستتبع الجزاء في صورة العقوبة، وبين المسؤولية الاجتماعية التي تقوم على توافر الخطورة الإجرامية، وتستتبع إنزال التدابير الاحترازية وحدها حين يثبت أن مرتكب الجريمة غير مسؤول جزائياً لانعدام حرية الاختيار لديه .

وكل ما ينبغي هو التوفيق بين المسؤولية الجزائية القائمة على حرية الاختيار والمسؤولية الاجتماعية التي تؤسس على فكرة الخطورة الإجرامية ، ويقضي ذلك تحديد النطاق الخاص بكل منهما على نحو واضح (1) .

للتفصيل أكثر في هذه النقاط سنتطرق إلى موقف التشريع من أساس المسؤولية الجزائية (الفرع الأول) ثم مناط المسؤولية الجزائية في جرائم العلامات التجارية (الفرع الثاني) .

(1) الشريعة الإسلامية كانت السبابة في هذه المسألة قبل الاتجاه التقليدي في الفقه الجنائي ، وهذا تؤكد الآيات القرآنية القاطعة حيث تقوم مسؤولية الإنسان عن أفعاله على أساس حرية الاختيار . فإذا كان الله سبحانه وتعالى قد قرر مسؤولية الإنسان عن فعله ، فقد اقتضت عدالته أن يمنح الإنسان حرية اختيار لتقوم المسؤولية عن الفعل على أساس عادل . ويقول تعالى : " وقل الحق من ربكم فمن شاء فليؤمن ومن شاء فليكفر" . نخلص مما تقدّم إلى أنّ النظام الإسلامي يقيم المسؤولية الجزائية على أساس حرية الإنسان في توجيه إرادته إلى سلوك طريق الجريمة . راجع في هذا الصدد : علي عبد القادر القهوجي وفتوح عبد الله الشاذلي، شرح قانون العقوبات، المرجع السابق ، ص 16 .

الفرع الأول - موقف التشريع من أساس المسؤولية الجزائية في جرائم العلامات التجارية :

جاءت تشريعات العلامات التجارية المقارنة محل الدراسة خالية من أية نصوص تتعلق بأساس المسؤولية الجزائية في جرائم التعدي على العلامات التجارية ، الأمر الذي يقتضي الرجوع إلى القواعد العامة الواردة في التشريع العام . وذلك لتحديد المسؤولية الجزائية في هذه الجرائم فيما إذا كانت تقوم على أساس مذهب حرية الاختيار أو مذهب الجبرية أو المذهب التوفيقية .

تبنى كل من المشرع الجزائري والمصري والفرنسي في التشريع العام المذهب التقليدي والذي يعتمد حرية الاختيار كأساس للمسؤولية الجزائية . فإذا توفرت حرية الاختيار لدى الشخص كان مسؤولاً جزائياً ويتعين عقابه عما يقع منه من جرائم، وإذا تخلفت كان غير مسؤول وامتنع عقابه ، ولم ينص قانون العقوبات صراحة على أساس المسؤولية ولكنه نص على موانعها⁽¹⁾.

وقد نص المشرع الجزائري في المادة 48 من قانون العقوبات على أنه : "لا عقوبة لمن اضطرت له ارتكاب الجريمة قوة لا قبل له بدفعها ..."⁽²⁾.

في المقابل نصت المادة 61 من قانون العقوبات المصري على أنه : " لا عقاب على من ارتكب جريمة أُلجأته إلى ارتكابها ضرورة وقاية نفسه أو غيره من خطر جسيم على النفس على وشك الوقوع به أو بغيره ولم يكن لإرادته دخل في حلوله ولا في قدرته منعه بطريقة أخرى"⁽³⁾. كما نص المشرع الفرنسي في المادة 122-2 من قانون العقوبات على أنه: " لا يسأل جزائياً الشخص الذي يقوم بالفعل تحت تأثير القوة أو الإكراه ولا يكون في قدرته دفعه"⁽⁴⁾.

وتأسيساً على ما تقدم فإن أساس المسؤولية الجزائية في جرائم العلامات التجارية، وفق خطة المشرع في الجزائر ومصر وفرنسا تقوم على أساس حرية الاختيار والتي مناطها الوعي والإدراك، وبذلك يعد أهلاً لتحمل المسؤولية الجزائية من يقدم على تزوير علامة تجارية أو تقليدها أو استعمالها متى كانت مملوكة لغيره . أما إذا أقدم على هذا الفعل دون توافر حرية الاختيار لديه، أي بمعنى آخر فقد أحد عناصر حرية الاختيار فلا يكون أهلاً لتحمل المسؤولية الجزائية ، كأن يقدم على فعل التزوير أو التقليد وهو مجبر أو مكره فلا تقوم المسؤولية الجزائية بحقه .

(1) راجع : محمود نجيب حسني، أسباب الإباحة في التشريعات العربية، معهد الدراسات العالية ، القاهرة، 1962 ، ص 570 .

(2) المادة 48 من قانون العقوبات الجزائري .

(3) المادة 61 من قانون العقوبات المصري رقم 58 لسنة 1937 المعدل بالقانون رقم 95 لسنة 2003 .

(4) Article 122-2 Code pénal Français : "N'est pas pénalement responsable la personne qui a agi sous l'empire d'une force ou d'une contrainte à laquelle elle n'a pu résister " .

وتطبيق التشريعات التدابير الاحترازية على من امتنعت مسؤوليتهم الجزائية لا يعني التشكيك في حرية الاختيار كأساس للمسؤولية الجزائية . وإنما هي تدابير وقائية تهدف لمواجهة الخطورة الكامنة فيمن امتنعت مسؤوليته الجزائية لانقضاء حرية الاختيار ، حتى لا يكون مصدرا لجرائم جديدة (1) . نستنتج مما سبق أن هذه التشريعات تسلم بحرية الاختيار كأساس لمساءلة الإنسان جزائيا عن جرائمه، لكن هذه الحرية ليست مطلقة ، وإنما تتأثر بعوامل فردية وبيئية مختلفة ومن ثم يختلف مدى المسؤولية الجزائية . ويرجح ما أخذت به هذه التشريعات في تحديد أساس المسؤولية الجزائية على هذا النحو، لأنه يتفق مع الاتجاه الإسلامي الذي يقيم مسؤولية الإنسان عن أفعاله على أساس قدرته على اختيار ما يأتيه من أفعال بحرية كاملة ، وأن هذه القدرة هي أساس الثواب والعقاب .

(1) علي عبد القادر فهوجي ، فتوح عبد الله الشاذلي ، شرح قانون العقوبات ، القسم العام ، المرجع السابق ، ص 21 .

الفرع الثاني : مناط المسؤولية الجنائية في جرائم العلامات التجارية

تجمع التشريعات الجنائية الحديثة على اعتبار الإنسان الحي محلاً للمسؤولية الجزائية إذا تحقق فيه مناطها وهو الإدراك وحرية الاختيار.

قد يرتكب الإنسان الجريمة ولا يسأل عنها إذا تخلف مناط المسؤولية أي الإدراك وحرية الاختيار؛ فالصغير والمجنون والمكره والمضطر يرتكبون الأفعال المجرمة ، لكنهم لا يسألون جزائياً عنها لانقضاء التمييز والإدراك وحرية الاختيار لديهم .

إن أساس المسؤولية الجزائية هو حرية الاختيار، هذه الحرية تفترض توافر التمييز والإدراك، لأنه من غير المتصور أن تتوافر حرية الاختيار كاملة لدى من تنقص لديه ملكة التمييز والإدراك .

فحرية الاختيار، أي المقدرة على المفاضلة بين الالتزام بحكم القاعدة الجنائية أو مخالفته ، تنعدم أو تنقص بفعل العوامل التي تؤثر في التمييز والإدراك .

لذلك يمكن القول بأن المسؤولية الجزائية تثبت إذا اجتمع شرطها وهما : التمييز وحرية الاختيار. فإن انتفى أحد هذين الشرطين، ترتب على ذلك امتناع المسؤولية الجزائية . لذلك نطلق على الأسباب التي تنفي التمييز أو حرية الاختيار " موانع المسؤولية " لأن أثر هذه الأسباب يتمثل في عدم اعتداد القانون بإرادة من صدرت عنه ماديات الجريمة ، ومن ثم عدم مساءلته جزائياً عن الأفعال التي ارتكبها⁽¹⁾. وللوقوف على معالجة هذه المسألة في إطار جرائم العلامات التجارية، سنتطرق إلى شروط المسؤولية الجزائية في جرائم العلامات التجارية (أولاً) ثم موانع المسؤولية الجزائية في جرائم العلامات التجارية (ثانياً) .

(1) علي عبد القادر القهوجي ، فتوح عبد الله الشاذلي، المرجع السابق ، ص 84 .

أولاً - شروط المسؤولية الجزائية في جرائم العلامات التجارية :

وباستنقاء تشريعات العلامات التجارية التي تناولت نصوص التجريم في حال الاعتداء على علامة تجارية ، فإنه لم يرد فيها ما يتعلق بمناط المسؤولية الجزائية في هذه الجرائم؛ مما يقتضي الرجوع سواء إلى القواعد العامة في التشريع العام أو الرجوع إلى مواقف الفقه من هذه المسألة .

1- التمييز أو الإدراك :

تعدد المصطلحات التي يستخدمها الفقه المعاصر في هذا المجال وهي: التمييز، والإدراك ، والشعور . ويقصد به قدرة الشخص على إدراك القيمة الاجتماعية لسلوكه من ضرر أو خطر على حقوق الغير، وبالتالي مدى توافقه أو تعارضه مع مقتضيات الحياة الاجتماعية . وعليه يدرك أن العقاب هو النتيجة الحتمية لسلوك الجريمة⁽¹⁾.

وبذلك يعد التمييز صفة عقلية ونفسية يصعب الاستدلال عليها في جميع الأشخاص لتفاوت قدراتهم على الإدراك في مراحل متباينة، لذلك لجأت التشريعات إلى وضع معيار موضوعي محدد يمكن الرجوع إليه كمعيار للتمييز ، حيث حدد المشرع الجزائري سن التمييز في القانون المدني ب13 سنة⁽²⁾، أما في الشريعة الإسلامية في السابعة من العمر .

فلا تقوم المسؤولية الجزائية إلا من قبل شخص يتمتع بأهلية جنائية تتمثل في قدرته على الإدراك والإرادة ، وبالتالي إذا تعرض هذا الشخص لظروف تؤثر على إدراكه أو إرادته (مانع من موانع المسؤولية الجزائية كالجنون أو الإكراه) وأقدم على ارتكاب جريمة تقليد علامة تجارية أو تزويرها فإنه لا يكون محلاً للمساءلة الجزائية .

⁽¹⁾ راجع : عوض محمد عوض ، سليمان عبد المنعم ، النظرية العامة للقانون الجزائي وفقاً لأحكام قانون العقوبات في

مصر ولبنان ، الطبعة الأولى، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع ، بيروت، 1999 ، ص 323 .

⁽²⁾ المادة 42 من القانون المدني الجزائري ، المادة 49 من قانون العقوبات الجزائري .

2- حرية الاختيار :

يقصد بحرية الاختيار قدرة المكلف على توجيه إرادته المستقلة نحو الاختيار بين بواعث الإقدام على ارتكاب الجريمة وبواعث الإحجام عن ارتكابها ، ولا تتحقق هذه القدرة إلا إذا سبقها إدراك المكلف لهذه البواعث فيحاط علما بها ويقف على ماهية كل باعث منها ويقدر عاقبته (1) .
لم ينص قانون العقوبات صراحة على مناط المسؤولية، ولكنه نص على موانعها ، والنص على الموانع يدل بمفهوم المخالفة على المناط (2).

ثانيا - موانع المسؤولية الجزائية في جرائم العلامات التجارية :

باستقراء النصوص القانونية يمكن تحديد موانع المسؤولية أو كما يسميها بعض الفقه عوارض المسؤولية أسبابا وأحوالا تعترض سبيلها فتخفف منها أو تعدمها كلية ، وهذه الأسباب بعضها طبيعي مثل صغر السن وبعضها مؤقت مثل الجنون وبعضها عارض مثل الإكراه وحالة الضرورة .
تتميز موانع المسؤولية بأنها موانع شخصية ، لا تزيل الصفة الجرمية عن الفعل بل يبقى غير مشروع ، إلا أنه يمكن أن ينتج عنها الإعفاء من العقوبة دون التعويض المدني مع إمكانية توقيع تدابير الأمن (3) . وقد يلجأ التاجر أو أي شخص للاستعانة بشخص يتوفر فيه مانع من موانع المسؤولية من أجل تقليد العلامة التجارية أو تزويرها .
وقد نص المشرع الجزائري على الجنون في المادة 47 من قانون العقوبات (4) والمادة 48 من القانون ذاته على الإكراه والمواد 49 و50 و51 من القانون ذاته على صغر السن .

(1) راجع : عبد الفتاح مصطفى الصيفي، الأحكام العامة للنظام الجزائي ، الطبعة الأولى، جامعة الملك سعود، الرياض، 1995، ص 451 .

(2) محمود نجيب حسني ، أسباب الإباحة في التشريعات العربية، المرجع السابق، ص 570 .

(3) محمد صبحي نجم ، قانون العقوبات ، النظرية العامة للجريمة ، القسم العام ، الطبعة الأولى ، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، 2000 ، ص 132 .

(4) غرفة جنائية 1، قرار 10 / 03 / 1981 ، ملف 21200 . مشار إليه في : جيلالي بغدادي، الاجتهاد القضائي في المواد الجزائية ، الوكالة الوطنية للإشهار، الجزائر، 1996 ، ص 327 .

1 - الجنون :

لم يتضمن قانون العقوبات الجزائري كغيره من القوانين العقابية تعريفا للجنون انطلاقا من مفهوم طبي بحت . ومرد ذلك أنه لا يوجد في الطب تعريف ثابت للجنون ، وليس في وسع أي تشريع عقابي وضع تعريف ثابت لهذه العاهة بسبب تطور المعارف الطبية في هذا الشأن⁽¹⁾.

تناول المشرع الجزائري حالة الجنون في المادة 47 من قانون العقوبات : " لا عقوبة على من كان في حالة جنون وقت ارتكاب الجريمة وذلك دون الإخلال بأحكام الفقرة 2 من المادة 21⁽²⁾ " . بالرجوع إلى المادة 21 من القانون ذاته نلاحظ أن المشرع الجزائري قد استخدم مصطلح الخلل في القوى العقلية (Trouble des facultés mentales) عوض مصطلح الجنون ، إذ يتسع ليشمل كل ما يصيب العقل من أمراض مخلة بوظيفته . وهو بهذا المدلول يضم إضافة إلى الجنون كل آفة أخرى تصيب العقل كالتخلف العقلي الذي يتوقف فيه نمو القدرة العقلية في مستوى لا يؤهل المصاب به لإدراك ماهية أفعاله كليا أجزئيا .

حتى تحدث حالة الجنون أثرها في امتناع المسؤولية فإن قانون العقوبات يشترط أن يكون الشخص مصابا بالجنون ، وأن يكون الجنون معاصرا للسلوك المكون للجريمة . ولم ير المشرع أهمية من النص صراحة على شرط فقدان التمييز أو الإدراك المترتب عن هذه العلة كما فعل المشرع المصري، إذ يستفاد ذلك ضمنا من تعبير الجنون أو الخلل في القوى العقلية ، ومن ثم فلا حاجة للنص عليه .

(1) ولما كانت التعاريف من مهام الفقه، فقد عرف الجنون بأنه : " اضطراب في القوى العقلية يفقد المرء القدرة على التمييز أو السيطرة على أعماله " أو هو " كل انحراف يصيب أجهزة الجسم وقواه التي تساهم في تكوين الإرادة ، ويكون من شأنها تجريدها من التمييز أو حرية الاختيار " . راجع: نظام توفيق المجالي ، شرح قانون العقوبات ، دراسة تحليلية في النظرية العامة للجريمة والمسؤولية الجزائية، القسم العام، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2005، ص 400 .

(2) تنص المادة 21 من قانون العقوبات الجزائري على أن : " الحجز القضائي في مؤسسة استشفائية للأمراض العقلية هو وضع الشخص بناء على أمر أو حكم أو قرار قضائي في مؤسسة مهيأة لهذا الغرض بسبب خلل في قواه العقلية قائم وقت ارتكابه الجريمة أو اعتراه بعد ارتكابها " .

تتطلب المادة 47 من قانون العقوبات الجزائري أن تكون حالة الجنون بما يترتب عنها من فقد الإدراك والإرادة معاصرة لوقت ارتكاب الجريمة ، وعلى ذلك لا يعد مانعا للمسؤولية الجنون السابق على ارتكاب الجريمة أو اللاحق لها ، غير أن هذا لا يعني انعدام أي أثر للجنون السابق أو اللاحق على المسؤولية الجزائية . فالجنون السابق على ارتكاب الجريمة قد يعتد به كظرف مخفف للعقوبة ، والأمر متروك للسلطة التقديرية لقضاء الموضوع (1).

ولقد نظم المشرع الجزائري في المادة 61 من قانون تنظيم السجون حالة إصابة المحكوم عليه بمرض عقلي أثناء تنفيذ العقوبة ، حيث يوضع بمؤسسة استشفائية متخصصة للأمراض العقلية (2). كما أن ثبوت حالة الإصابة بعاهة عقلية كالجنون معناه امتناع مسؤولية الشخص عن الجريمة المرتكبة سواء كانت تقليدا للعلامة التجارية أو تزويرها ، ولا محل بالتالي لتوقيع أية عقوبة جنائية ، وذلك لما يترتب عن حالة الجنون فقدان الشخص ملكة الإدراك أو الإرادة .

غير أن امتناع العقاب لا يعني حرمان المحكمة أو قضاء التحقيق من صلاحية توقيع التدابير الاحترازية في مواجهة المصاب بهذه الحالة ، إذ ليس في مصلحة المجتمع إطلاق سراح المتهم بسبب العاهة العقلية وقد أثبت بارتكابه السلوك الإجرامي خطورة إجرامية تهدد مصالح المجتمع بالخطر . لمواجهة هذا الوضع المحتمل نصت المادة 21 من قانون العقوبات الجزائري على وضع الشخص المصاب بخلل في قواه العقلية قائم وقت ارتكاب الجريمة أو اعترافه بعد ارتكابها في مؤسسة استشفائية للأمراض العقلية .

(1) لا يجوز إعفاء المتهم بسبب الجنون إلا استنادا إلى تقرير خبير، ومن ثم فإن قضاء الموضوع الذين استبعدوا تقرير الخبير المعين من طرف قاضي التحقيق للحكم بإعفاء المتهم من العقوبة . خالفوا القانون مادام التقرير المذكور يشير بوضوح أنه المتهم ، كان مسؤولا كامل المسؤولية حين ارتكاب الجريمة . غرفة الجناح والمخالفات ، قرار 19 - 12 - 1993 ، ملف 101792 ، المجلة القضائية 1994 / 3 ، الجزائر، ص 28 .

راجع: عبد الله سليمان، شرح قانون العقوبات الجزائري، القسم العام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998 ، ص 298. عمر خوري، شرح قانون العقوبات، القسم العام، بن عكنون، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، بدون سنة نشر، ص 68. بن شيخ لحسن ، مبادئ القانون الجزائري العام، دار هومة، الجزائر، 2000، ص 104 . منصور رحمانى، الوجيز في القانون الجنائي العام، فقه، قضايا ، دار العلوم للنشر والتوزيع ، بدون مكان نشر، 2006 ، ص 152 .

(2) في حالة إصابة المحكوم عليه بمرض عقلي أثناء تنفيذ العقوبة ، يوضع بمؤسسة استشفائية متخصصة للأمراض العقلية ويصدر مقرر الوضع التلقائي رهن الملاحظة من النائب العام بناء على رأي مسبب يدلي به طبيب متخصص، وينتهي الوضع التلقائي رهن الملاحظة إما بزوال المرض العقلي وعودة المحكوم عليه إلى المؤسسة العقابية لقضاء ما تبقى من العقوبة ، وإما بالوضع الإجباري لثبوت إصابته بمرض عقلي موصوف بالخطورة . راجع : المادة 61 من القانون رقم 04-05 المؤرخ في 27 ذي الحجة عام 1425 هـ الموافق ل 6 فبراير سنة 2005 م ، المتضمن قانون تنظيم السجون وإعادة الإدماج الاجتماعي للمحبوسين .

2 - صغر السن :

القاعدة في قانون الإجراءات الجزائية أن الشخص لا يكون أهلا للمسؤولية الجزائية إلا ببلوغ سن الرشد الجزائري ، وقد حددت المادة 442 من قانون الأسرة الجزائري⁽¹⁾ سن الرشد ببلوغ الشخص تمام الثامن عشرة سنة . وتكون العبرة بتحديد سن الرشد الجزائري بسن المجرم وقت ارتكاب الجريمة ، وليس بوقت اكتشافها أو بوقت تقديمه للمحاكمة . وتعتمد المحكمة في تقدير سن الشخص بشهادة الميلاد، وفي حالة الاستحالة فلا مناص من اللجوء إلى الخبرة لتقدير هذه السن .

ومن منطلق أن عنصر الإدراك يتدرج بين الانعدام أو النقص بالنسبة للحدث وهو من لم يبلغ سن الرشد الجزائري المقدر بثماني عشرة سنة ، فقد ميز المشرع الجزائري في المادة 49 من قانون العقوبات بين مرحلتين وهما : مرحلة ما دون الثالث عشرة سنة ، ومرحلة ما بين الثالث عشرة والثامن عشرة سنة .

قرر قانون العقوبات الجزائري في المادة 49 أن الحدث الذي يقل عمره عن 13 سنة غير أهل للمسؤولية الجزائية ، وعلّة هذا المبدأ هو افتراض أن الطفل في هذه المرحلة يفتقد القدرة على فهم ماهية سلوكه وتقدير نتائجه .

بالتالي لا يجوز في أي حال من الأحوال أن يحكم على الحدث في هذه المرحلة بأية عقوبة جنائية إذا كانت الجريمة المرتكبة جنحة كجريمة تقليد العلامة التجارية ، وامتناع العقوبة لا يحول دون مواجهة الجرائم المرتكبة من طرف الحدث بتوقيع أحد تدابير الحماية والتربية .

تنص المادة 56 في فقرتها الأولى من قانون حماية الطفل الجزائري : " لا يكون محلا للمتابعة الجزائية الطفل الذي لم يكمل العشر (10) سنوات " ⁽²⁾ . فإذا ثبت أن الجريمة ثابتة في حق الطفل الجانح ⁽³⁾ يقضي بتدابير الحماية والتهذيب أو الحرية المراقبة على أن يكون هذا الحكم لمدة محددة لا تتجاوز السن القانوني لبلوغ الطفل سن الرشد الجزائري⁽⁴⁾ ، أو بالعقوبات السالبة للحرية أو بالغرامة .

(1) القانون رقم 84-11 المؤرخ في 9 رمضان عام 1404 هـ الموافق ل 9 يونيو سنة 1984 م ، المتضمن قانون الأسرة ، المعدل والمتمم .

(2) القانون رقم 15-12 المؤرخ في 28 رمضان عام 1436 الموافق ل 15 يوليو سنة 2015 ، يتعلق بحماية الطفل ، ج،ر ، العدد 39 ، الجزائر ، الصادرة في 3 شوال عام 1436 هـ الموافق ل 19 يوليو سنة 2015 م ، ص 4 .

(3) الحدث الجانح هو الطفل الذي يرتكب الجريمة ولا يكون سنه عن عشر سنوات كاملة يومها طبقا للمادة 2 من قانون حماية الطفل الجزائري .

(4) سن الرشد الجزائري هو ببلوغ ثماني عشرة سنة كاملة يوم ارتكاب الجريمة طبقا للمادة 2 من قانون حماية الطفل الجزائري .

بالنسبة للحدث الجانح في الطور الثاني للطفل البالغ من العمر بين عشر سنوات ودون بلوغ ثلاثة عشر (13) سنة ، يتخذ بشأنه تدبير أو أكثر من التدابير المقررة في المادة 85 من قانون حماية الطفل، ويجوز بصفة عامة لقااضي الأحداث على مستوى أقسام الأحداث وغرفهم الجزائية طبقا للمواد 35، 36، 70 من القانون المذكور أعلاه ، أن يأمر بوضع الطفل المتهم تحت طائلة تدبير من التدابير المقررة في المواد السابقة ، وهي تدابير مؤقتة لا يجوز أن تتجاوز ستة أشهر، ويخطر بها الحدث أو ممثله الشرعي خلال ثمان وأربعين ساعة من صدورها (1) .

ويمكن توبيخه ووضعه تحت نظام الحرية المراقبة متى اقتضت مصلحته ذلك طبقا للمادة 2/87 من قانون حماية الطفل .

بالنسبة للحدث الجانح في الطور الثالث وهو من بلغ 13 سنة ولم يبلغ 18 سنة كاملة ، فللجهة القضائية المختصة بالحدث سلطة اتخاذ تدبير أو أكثر من التدابير المقررة في المادة 85 من قانون حماية الطفل ، ولها أن تستبدله بالعقوبات المخففة كالحبس أو الغرامة وفق الأحكام المقررة في المواد 57، 86، 87، 92 من قانون حماية الطفل .

فالمفترض أن الحدث يكون قد بلغ حدا أدنى من إدراك ماهية سلوكه وتوقع نتائجه، ومن ثم فإنه يتحمل المسؤولية الجزائية بما يتناسب مع هذا القدر من الإدراك أو التمييز . ولعدم تمام هذه الملكة فقد قرر قانون العقوبات إخضاع القاصر لتدابير الحماية والتربية أولعقوبات مخففة ، ويستشف من جواز تطبيق العقوبات المخففة أن المشرع يعتد بإرادة القاصر ويرتب عليها عقوبة جزائية .

وضعت المادة 50 من قانون العقوبات الجزائري نظاما للتخفيف الوجوبي حسب درجة العقوبة، فإذا كانت عقوبة الجريمة المرتكبة هي الحبس فإنه يتوجب على المحكمة الحكم عليه بالحبس لمدة تساوي نصف المدة التي كان يتعين الحكم بها عليه إذا كان بالغا سن الرشد الجزائري .

واستنادا لما سبق فإن الأصل بالنسبة للحدث الجانح البالغ من العمر أكثر من ثلاث عشرة سنة الذي يرتكب جريمة تقليد العلامة التجارية أو تزويرها ، أن يخضع لتدابير الحماية والتربية كأن يتم وضعه في مؤسسة خاصة معدة للتهذيب . والاستثناء هو العقوبة المخففة وفقا للمادة 50 من قانون العقوبات ، مع شرط تسبب الحكم أو القرار .

(1) تقرر المادة 85 من قانون حماية الطفل الجزائري التدابير التالية :

- تسليمه لممثله الشرعي أو لشخص أو عائلة جديرين بالنقطة ،
- وضعه في مؤسسة معتمدة مكلفة بمساعدة الطفولة ،
- وضعه في مدرسة داخلية صالحة لإيواء الأطفال في سن الدراسة ،
- وضعه في مركز متخصص في حماية الأطفال الجانحين .

ويبلغ الشخص لسن الرشد (ثمانى عشرة سنة) تكون أهليته كاملة ومسؤوليته غير منقوصة، ويعاقب على جرائم الاعتداء على العلامة التجارية إذا لم يشبها عيب من عيوب الإرادة الأخرى .

3 - الإكراه :

يختلف الإكراه عن الجنون ، في أن الجنون ينفي الإرادة والإدراك بينما الإكراه ينفي حرية الاختيار ويسلب الإرادة حريتها كاملة .

والإكراه نوعان إكراه مادي وإكراه معنوي ، حيث يؤدي الإكراه المادي إلى انتفاء كل من الركن المادي والمعنوي ، وتفسير ذلك أن الإكراه المادي يعدم السلوك الإجرامي وهو يعد عنصرا من عناصر الركن المادي للجريمة . كما يعدم إرادة السلوك ، وهي تعد أحد عنصري الركن المعنوي ، ومن ثم لا يمكن إطلاق وصف الجريمة على السلوك الصادر من الشخص المكره ، إذ تنسب إلى من صدر الإكراه منه (1).

أما الإكراه المعنوي فهو قوة معنوية ضاغطة على إرادة الإنسان تضعفها إلى الحد الذي يفقد قدرتها على الاختيار، وترغمها لتوجيه صاحبها إلى ارتكاب الجريمة ، وتتخذ القوة المعنوية في الغالب صورة التهديد بخطر أو ضرر جسيم (2)، ومن الأمثلة على ذلك من يقلد علامة تجارية أو يزورها تحت التهديد بإيذاء شخص قريب لديه ، هنا انعدمت حرية الاختيار بفعل الإكراه المعنوي وبالتالي ترفع المسؤولية الجزائية عن الشخص المكره وإسنادها إلى من صدر الإكراه منه .

4 - الضرورة :

لم ينص المشرع الجزائري على حالة الضرورة بنص خاص ، غير أنه بالتوسع في تفسير نص المادة 48 من قانون العقوبات (3) يمكن اعتبار حالة الضرورة نوعا من القوة التي لا قبل للفاعل بدفعها. يقصد بحالة الضرورة الحالة التي يجد فيها الإنسان نفسه أو غيره مهددا بخطر جسيم على وشك الوقوع به أو بغيره فلا يرى مجالا للخلاص منه إلا بارتكاب السلوك المكون للجريمة بسبب انعدام حرية اختياره (4).

يترتب على توافر حالة الضرورة امتناع المسؤولية الجزائية لفاعل جريمة الضرورة ، مع بقاءه مسؤولا مدنيا عن الضرر الذي يصيب الشخص البريء ، وهذا في حالة ما إذا كان الخطر يتهدهده في نفسه أو ماله أو نفس الغير أو ماله الغير .

(1) نظام توفيق المجالي ، المرجع السابق ، ص 409 .

(2) فتوح عبد الله الشاذلي ، المسؤولية الجنائية ، المرجع السابق ، ص 165 .

(3) المادة 48 من قانون العقوبات : " لا عقوبة على من اضطرته إلى ارتكاب الجريمة قوة لا قبل له بدفعها " .

(4) راجع : رمسيس بهنام ، النظرية العامة للقانون الجنائي ، طبعة ثالثة ، منشأة المعارف ، الإسكندرية ، 1997 ، ص 971 . لبنى بوجلال ، موانع المسؤولية الجزائية في التشريع الجزائري ، رسالة ماجستير ، تخصص علوم جنائية ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة الحاج لخضر ، باتنة ، 2012/2013 ، ص 144 .

بالتالي لا تقوم المسؤولية الجزائية في حق من كان مضطرا إلى أن يرتكب جريمة تقليد العلامة أوتزويرها ، مع ضرورة تعويض الشخص مدنيا عن الضرر الذي أصابه .
 اختلف الفقه في تحديد طبيعة حالة الضرورة هل هي مانع من موانع المسؤولية أم سبب من أسباب الإباحة ، إلا أنه يميل الكثير من الفقه إلى جعلها من موانع المسؤولية باعتبار أن الضرورة تمثل ضغطا حقيقيا على إرادة الفاعل الذي يخضع لظرف خارجي يهدده بخطر جسيم (1). وعلى الأغلب يرجح الرأي الذي يجعل حالة الضرورة مانعا من موانع المسؤولية الجزائية .
 في المقابل نصت على ذلك المادة 61 من قانون العقوبات المصري على أنه : " لا عقاب على من ارتكب جريمة ألجأته إلى ارتكابها ضرورة وقاية نفسه أو غيره من خطر جسيم على النفس على وشك الوقوع به أو بغيره ولم يكن لإرادته دخل في حلوله ولا في قدرته منعه بطريقة أخرى" . وقد جاء في نص المادة 62 من نفس القانون ما يلي : " لا عقاب على من يكون فاقد الشعور أو الاختيار في عمله وقت ارتكاب الفعل :

- إما لجنون أو عاهة في العقل .

- وإما لغيوبة ناشئة عن عقاير مخدرة أيا كان نوعها إذا أخذها قهرا عنه أو على غير علم منه بها".

كما نص المشرع الفرنسي في المادة 122 -1 من قانون العقوبات (2) على أن فاقد الوعي والإدراك لا يسأل جزائيا . والمادة 122-2 من نفس القانون على أنه: " لا يسأل جزائيا الشخص الذي يقوم بالفعل تحت تأثير القوة أو الإكراه ولا يكون في قدرته دفعه " (3) .

(1) راجع : عبد الله سليمان، شرح قانون العقوبات الجزائري، القسم العام، الجريمة، الطبعة السادسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005 ، ص 325 . عبد القادر عدو ، المرجع السابق ، ص 239 .

(2) **Article 122-1 du Code pénal Français modifié par Loi n°2014-896 du 15 août 2014 - art. 17:**

“ N'est pas pénalement responsable la personne qui était atteinte, au moment des faits, d'un trouble psychique ou neuropsychique ayant aboli son discernement ou le contrôle de ses actes“.

(3) **Article 122-2 du Code pénal Français :**

“ N'est pas pénalement responsable la personne qui a agi sous l'empire d'une force ou d'une contrainte à laquelle elle n'a pu résister “.

- بتطبيق الأحكام العامة للمسؤولية الجزائية الواردة في التشريع العام على جرائم العلامات التجارية ، يمكن القول أنه :
- لا يمكن أن يكون الخطأ أساسا للمسؤولية الجزائية في هذه الجرائم، ذلك أن هذه الجرائم عمدية، وأن القصد الجنائي هو أساس المسؤولية الجزائية فيها . كما جاء نص التجريم في حال الاعتداء على العلامات التجارية بشكل عام، ولم يرد في التشريعات الخاصة بالعلامات التجارية إمكانية أن تتحقق المسؤولية الجزائية تأسيسا على الخطأ .
 - إن أساس المسؤولية الجزائية في جرائم العلامات التجارية، وفق خطة التشريعات تقوم على أساس حرية الاختيار والتي مناطها الوعي والإدراك، وبذلك يعد أهلا لتحمل المسؤولية الجزائية من يقدم على تزوير علامة تجارية أو تقليدها أو استعمالها . أي بمعنى آخر إذا كان فاقدا لأحد عناصر حرية الاختيار لا يكون أهلا لتحمل المسؤولية الجزائية ، كأن يقدم على فعل التزوير أو التقليد وهو مجبر أو مكره فلا تقوم المسؤولية الجزائية بحقه .
 - حتى تتحقق المسؤولية الجزائية في جرائم العلامات التجارية، ويكون الشخص أهلا لتحمل هذه المسؤولية يجب أن لا يعتريه مانع من موانع المسؤولية سواء كان جنونا أو صغرا سن . وبالتالي إذا أقدم الجاني على الاعتداء على العلامة التجارية سواء بالتزوير أو التقليد أو الاستعمال الباطل لها أو اقتنائها بقصد البيع وهو مدرك ومميز لهذه الأفعال، استحق الجزاء المقرر قانونا .

المطلب الثاني

خصوصية أحكام المسؤولية الجزائية للمساهم في جرائم العلامات التجارية

قد لا يرتكب الجاني جريمته لوحده في غالب الأحيان وإنما يستعين بغيره في تنفيذها، وقد لا تقتصر مساهمة هذا الغير على تقديم شكل من أشكال المساعدة، وهي في الغالب سابقة على التنفيذ، كمد الجاني بالمعدات اللازمة لتنفيذ جريمة تقليد العلامة التجارية. وقد تتعداه إلى المساهمة في تنفيذ الركن المادي لهذه الجريمة، بحيث يصبح هذا الغير فاعلاً أصلياً في الجريمة لا شريكاً فيها. تختلف المساهمة باختلاف أدوار المساهمين، فإذا قام المساهمون بارتكاب الأفعال المادية المكونة للجريمة بحيث يؤدي نشاطهم إلى وجودها وتحقيقها بمعنى أن جميعها لازمة لقيامها كنا بصدد مساهمة أصلية، أما إذا اختلفت الأدوار من حيث مقدار الأهمية في تحقق الجريمة فإننا نكون بصدد مساهمة تبعية (1).

لذا ذهب الفقه (2) إلى اعتماد معيار وحدة الركن المادي ووحدة الركن المعنوي، ذلك أن وحدة الركن المادي تقتضي توافر عنصرين أساسيين وحدة النتيجة الإجرامية وارتباط هذه النتيجة بكل فعل من أفعال المشتركين بعلاقة السببية بحيث أفضت أفعالهم إلى تحقيق نتيجة واحدة. أما وحدة الركن المعنوي فتستلزم وجود رابطة ذهنية تجمع المشتركين في الجريمة، كما أنه لا يشترط الوقت في هذا النوع من الرابطة الذهنية فقد يكون سابقاً للفعل المادي وقد يكون معاصراً له وإنما يكفي أن يكون الشريك عالماً بارتكاب الفاعل للجريمة وأن يساعده بقصد المعاونة على إتمام ارتكابها. للتفصيل في هذه العناصر سنتطرق للمساهمة في جرائم العلامات التجارية (الفرع الأول) ثم صورها (الفرع الثاني).

(1) راجع: أسامة عبد الله قايد، الأحكام العامة للنظام الجنائي، النظرية العامة للجريمة، دار النهضة العربية، القاهرة، 1997، ص 282. جلال ثروت، نظم القسم العام في قانون العقوبات، نظرية الجريمة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2010، ص 331.

(2) فوزية عبد الستار، شرح قانون العقوبات، القسم العام، دار النهضة العربية، القاهرة، 1989، ص 338. أحمد عوض بلال، مبادئ قانون العقوبات المصري، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006، ص 386.

الفرع الأول : المساهمة في جرائم العلامات التجارية

يقصد بالمساهمة الجنائية إسهام أكثر من شخص في ارتكاب جريمة تقليد علامة تجارية ، وقد تكون هذه المساهمة أصلية إذا أسهم عدة أشخاص في ارتكابها وقام كل منهم بدور أصيل يجعله فاعلا مع غيره للجريمة ، وقد تكون المساهمة تبعية إذا أسهم أشخاص بدور ثانوي في الجريمة يجعله شريكا في ارتكابها (1) .

كما تفترض المساهمة الجنائية تعدد الجناة أي تدخل أكثر من جان في ارتكاب الجريمة ، ووحدة الجريمة . إذا الأساس في حالة المساهمة الجنائية هو وحدة الجريمة ، أي أن الأشخاص قد ارتكبوا جريمة واحدة ألا وهي جريمة تقليد العلامة أو تزويرها ، وأن تتحقق وحدة الجريمة بركنيها المادي والمعنوي . إضافة إلى توافر الرابطة الذهنية لدى الشركاء على ارتكاب هذه الجريمة ، وأن يكون الاتفاق بينهم سابقا على ارتكابها (2) .

الفرع الثاني : صور المساهمة في جرائم العلامات التجارية

قد يقوم الشخص بارتكاب عدة أفعال تعد من صور التعدي على العلامة التجارية، وقد تكون الجريمة نتاج تعاون بين عدة أشخاص، وقد يقوم هؤلاء بارتكاب عدة جرائم كأن يشتركوا في تزوير علامة تجارية أو تقليدها أو تداولها بقصد البيع، ولكل منهم دوره المادي والمعنوي . لذلك إما أن تكون المساهمة أصلية أو تبعية، وفقا للدور الذي يلعبه كل واحد منهم في حال الاعتداء على العلامة التجارية . وهنا يثور التساؤل حول كيفية توزيع المسؤولية الجزائية والعقوبة بين من ساهموا في الجريمة، خاصة وأن دور من ساهم فيها يختلف من أحد إلى آخر فمنهم من قام بالدور الرئيسي ، ومنهم من كان دوره ثانويا . وهذا ما سنتناوله بمزيد من التفصيل :

(1) راجع : أحمد شوقي أبو خطوة ، شرح الأحكام العامة لقانون العقوبات ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 1999 ، ص 374 . سليمان عبد المنعم ، النظرية العامة لقانون العقوبات ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، الإسكندرية ، 2000 ، ص 624 . حسني الجندي ، الوجيز في قانون العقوبات ، النظرية العامة للجريمة ، أكاديمية العلوم الشرطية ، الشارقة ، 2009 ، ص 212 .

(2) كامل السعيد ، شرح الأحكام العامة في قانون العقوبات الأردني والقانون المقارن ، دار الفكر ، عمان ، 1998 ، ص 353 . محمود نجيب حسني ، المساهمة الجنائية في التشريعات العربية ، الطبعة الثانية ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 1992 ، ص 15 .

أولا - المساهمة الأصلية :

المساهمة الأصلية في الجريمة هي القيام بدور رئيسي في ارتكابها ، ويطلق على المساهم الأصلي تعبير " الفاعل " (1).

وقد يرتكب الفعل الإجرامي شخص واحد فتتحقق الجريمة ثمرة لنشاطه ، ويكون بذلك فاعلها الوحيد. وقد يتقاسم هذا الفعل عدة أشخاص فيعتبرون جميعا فاعلين أصليين .

كما تطرقت غالبية التشريعات العامة لأحكام المساهمة الجنائية في القسم العام ، فالمشرع الجزائري حدد صور الفاعل الأصلي في المادة 41 من قانون العقوبات كآتي : " يعتبر فاعلا كل من ساهم مساهمة مباشرة في تنفيذ الجريمة أو حرض على ارتكاب الفعل بالهبة أو الوعد أو التهديد أو إساءة استعمال السلطة أو الولاية أو التحايل أو التدليس الإجرامي " .

يتضح من خلال هذا النص تعدد المساهمة الأصلية المتمثلة في الفاعل المباشر (الفاعل المادي) والمحرض على الجريمة والفاعل المعنوي . وهذا ما سنفصله على النحو التالي :

1- الفاعل المباشر (2):

حسب نص المادة 41 من قانون العقوبات الجزائري يعتبر فاعلا كل من ساهم مساهمة مباشرة في تنفيذ الجريمة ، أي كل الأفعال التي تدخل في تكوين الركن المادي للجريمة ، ولا يهم إن قام بها شخص واحد أو عدة أشخاص .

وهذا يعني أنه كل من قام شخصيا بتزوير علامة تجارية أو تقليدها أو تداولها بقصد البيع ... يعد فاعلا مباشرا ، وقد يرتكب الفعل المادي للجريمة شخص بمفرده وقد يرتكبه عدد من الأشخاص .

2- المحرض على الجريمة :

ما يميز التشريع الجزائري عن باقي التشريعات لاسيما التشريعان الفرنسي والمصري هو اعتبار المحرض فاعلا أصليا وليس شريكا .

(1) راجع : جلال ثروت ، قانون العقوبات المصري ، القسم العام ، دار الجامعية ، الإسكندرية ، 1984 ، ص 342 .
عبد الرؤوف مهدي ، شرح القواعد العامة لقانون العقوبات ، الطبعة الأولى ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2007 ، ص 768 .
حسن محمد ربيع ، شرح قانون العقوبات المصري ، المبادئ العامة للجريمة ، القسم العام ، الطبعة الأولى ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 1996 ، ص 337 .

(2) عبد الرحمن خلفي ، محاضرات في القانون الجنائي العام ، دار الهدى ، الجزائر ، 2010 ، ص 120 .

ويعرف الفقه التحريض بأنه : " خلق فكرة الجريمة لدى شخص آخر والدفع به إلى التصميم على ارتكابها " (1). ويقتضي لقيام التحريض توافر الشروط التالية :

أ- أن يتم التحريض بإحدى الوسائل المحددة قانوناً بنص المادة 41 من قانون العقوبات :
لقد اختار المشرع الجزائري في نص المادة 41 من القانون ذاته وسائل محددة ومذكورة على سبيل الحصر؛ وهي الهبة أو الوعد أو إساءة استعمال السلطة أو الولاية أو التحايل أو التديليس الإجرامي، وسنفصل فيها على النحو التالي :

1- الهبة : وذلك بأن يمنح المحرض هدية إلى المحرض سواء أكانت مالا أم سلعة أم أي شيء آخر يمكن تقييمه بالمال ، ويشترط أن تقدم الهبة قبل ارتكاب الجريمة كي تصلح للتحريض، كأن يقدم المحرض للمحرض مالا مقابل أن يقدّم علامة تجارية مسجلة .

2- الوعد : وذلك بأن يعد المحرض بإعطاء مكافأة عند تنفيذ جريمة تقليد العلامة ، ويمكن أن يكون الوعد شيئاً ذا قيمة مادية كما يمكن أن يكون مجرد أداء خدمة .

3- التهديد : أي الضغط على إرادة الغير لإقناعه بتنفيذ جريمة تقليد العلامة أو تزويرها ، وذلك إما بالتهديد المادي كالقتل ، أو بالتهديد المعنوي كنشر صورة أو خبر يسيء لسمعته .

4- إساءة استعمال السلطة أو الولاية : ويقصد بذلك أن يكون للمحرض سلطة قانونية على المحرض مثل سلطة الرئيس على المرؤوس بحيث يستغل الرئيس هذه السلطة ويقنع المرؤوس بارتكاب جريمة تقليد علامة تجارية مسجلة . كما يمكن أن تكون صورة التأثير أساسها السلطة الأبوية مثل سلطة الأب على ابنه .

5- التحايل أو التديليس الإجرامي : وقد يقع التحريض بالتحايل على الغير لإقناعه بتنفيذ جريمة تقليد العلامة التجارية أو تزويرها ، أما التديليس الإجرامي فيقوم على تعزيز الكذب بأفعال مادية ومظاهر خارجية تساهم على إقناع الغير بالإخضاع إلى رغبة المحرض (2) .

(1) راجع : كامل السعيد، شرح الأحكام العامة في قانون العقوبات، دراسة مقارنة ، الطبعة الأولى ، الدار العلمية الدولية ودار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، 2002 ، ص 457 .

(2) عبد الرحمن خلفي ، المرجع السابق ، ص 122 . عبد الله سليمان ، شرح قانون العقوبات الجزائري، المرجع السابق، ص 205 .

ب- أن يكون التحريض مباشرا وشخصيا :

أي أن يبيث فكرة الجريمة في نفس المحرض صراحة ، وأن يكون موجها إلى شخص بذاته وهو المراد إقناعه بارتكاب الجريمة .

3- الفاعل المعنوي :

نص المشرع الجزائري على الفاعل المعنوي في المادة 45 من قانون العقوبات : " من يحمل شخصا لا يخضع للعقوبة بسبب وضعه أو صفته الشخصية على ارتكاب جريمة يعاقب عليها بالعقوبات المقررة لها".

يقصد بالفاعل المعنوي " كل من دفع شخصا غير مسؤول جزائيا لارتكاب جريمة وذلك بالتأثير الكامل على إرادته " (1) .

في حين أن تشريعات أخرى لم تأت على تعريف الفاعل في القانون العام ، وبذلك تكون هذه التشريعات قد تركت مسألة تعريف الفاعل للفقهاء والقضاء كما هو الحال في التشريع الفرنسي .

ويشترك المحرض مع الفاعل المعنوي في أن كليهما ينفذ الجريمة بواسطة غيره ، وكليهما صاحب فكرة الجريمة ، لكنهما يختلفان في أن المحرض يلجأ إلى شخص مسؤول جزائيا من أجل ارتكاب الجريمة أما الفاعل المعنوي فيلجأ إلى شخص غير مسؤول جزائيا وصفه القانون بأنه لا يخضع للعقوبة كأن يكون صغيرا أو مجنونا أو مكرها .

ما يمكن ملاحظته أن المشرع الجزائري لم يحدد في المادة 45 المذكورة أعلاه ما هي الوسائل التي يستعملها الفاعل المعنوي للتأثير على منفذ الجريمة مثلما فعل مع المحرض ، ومنه فقد يلجأ إلى وسيلة الإغراء أو الترغيب أو التهيب أو غير ذلك .

(1) عرف المشرع المصري الفاعل في المادة 39 من قانون العقوبات كما يلي : " يعد فاعلا للجريمة :

أولا : من يرتكبها وحده أو مع غيره .

ثانيا : من يدخل في ارتكابها إذا كانت تتكون من جملة أعمال فيأتي عمدا عملا من الأعمال المكونة لها".

راجع في هذا الموضوع : وليد كحول، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري ، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة ، 2014/2015، ص 136 .

هذا يعني أن كل من يحرض أو يدفع شخصا غير مسؤول جزائيا إلى تقليد علامة تجارية أو تزويرها أو تداولها بقصد البيع أو إلى ارتكاب أية جريمة من الجرائم التي تقع على العلامة التجارية، يعد فاعلا أصليا وليس شريكا .

أخيرا يمكن القول أنه قد يقوم الفاعل بالدور الرئيسي بارتكاب الجريمة بيده كأن يقوم بتقليد علامة تجارية أو تزويرها أو تداولها بقصد البيع أو أية جريمة أخرى تقع على العلامة التجارية فيطلق عليه الفاعل المادي أو المباشر للجريمة ، وقد يرتكبها بيد غيره فيطلق عليه الفاعل المعنوي أو المحرض .

ثانيا - المساهمة التبعية (1) :

تتحقق المساهمة الأصلية إذا قام الفاعل بأعمال تدخل في تكوين الركن المادي للجريمة، أي الأعمال التنفيذية للجريمة ، أما الأعمال التبعية فهي أعمال لا تدخل في تكوين الركن المادي للجريمة، بل هي أعمال تحضيرية لا عقاب عليها لوحدها ، والعمل الذي يدخل ضمن المساهمة التبعية هو عمل الشريك الذي اكتسب الصفة الإجرامية لصلته بالفعل الإجرامي الذي ارتكبه الفاعل . ولما كانت الأعمال التحضيرية تسبق الأفعال المادية لتحقيق الجريمة ، فإن عمل الشريك يسبق عادة عمل الفاعل الأصلي أو يعاصره .

عرفت المادة 42 من قانون العقوبات الجزائري الشريك في الجريمة على النحو الآتي : "يعتبر شريكا في الجريمة من لم يشترك اشتراكا مباشرا ، ولكنه ساعد بكل الطرق وعاون الفاعل أو الفاعلين على ارتكاب الأفعال التحضيرية أو المسهلة أو المنفذة لها مع علمه بذلك " .

يستخلص من هذا التعريف أن الاشتراك يقتضي عمل مساهمة في ارتكاب الجريمة ، وقد حصر المشرع هذا العمل في المساعدة أو المعاونة على ارتكاب الأفعال التحضيرية أو المسهلة أو المنفذة لها (2). في حين يشمل الاشتراك في غالب التشريعات ، لاسيما منها التشريعان الفرنسي والمصري فعل التحريض الذي اعتبره المشرع الجزائري عملا من أعمال الفاعل الأصلي .

يعتبر شريكا في الجريمة من لم يشترك اشتراكا مباشرا في تقليد العلامة التجارية أو غيرها من جرائم التعدي عليها ، ولكنه ساعد بكل الطرق وعاون الفاعل أو الفاعلين على ارتكاب الأفعال التحضيرية أو المسهلة أو المنفذة لها مع علمه بذلك .

(1) سليمان عبد المنعم ، النظرية العامة لقانون العقوبات ، المرجع السابق ، ص 645 .

(2) إن العناصر الأساسية للمشاركة هي العلم بالجريمة و طرق المساعدة ومعاونة الفاعل . الغرفة الجنائية ، قرار 26

01 - 1999 ، ملف 210912 ، المجلة القضائية 1999 ، العدد 2 ، الجزائر ، ص 145 .

والشريك على النحو الذي سبق لا يساهم مساهمة مباشرة في جريمة تقليد العلامة التجارية ، وإنما يساهم فيها بصفة عرضية أو ثانوية . ويأخذ حكم الشريك وفقا لنص المادة 43 من قانون العقوبات الجزائري كل من : " اعتاد أن يقدم مسكنا أو ملجأ أو مكانا للاجتماع لواحد أو أكثر من الأشرار الذين يمارسون اللصوصية أو العنف ضد أمن الدولة أو الأمن العام أو ضد الأشخاص أو الأموال مع علمه بسلوكهم الإجرامي " (1) .

في حين اعتبر المشرع المصري⁽²⁾ الممرض شريكا في الجريمة ولم يعتبره فاعلا أصليا ، على أساس أنه لا يمكن اعتبار الممرض فاعلا أصليا بل تنطبق عليه صفة الشريك ، فالفاعل الأصلي هو من يقوم شخصيا بالأعمال المادية المكونة للجريمة ، وتجتمع في شخصه كامل أركان الجريمة . أما الشريك فيساهم بصفة عرضية في الجريمة ، حيث يقتصر دوره على المساعدة والمعونة .

أخذ المشرع الجزائري بتبعية الشريك للفاعل الأصلي تبعية كاملة من حيث التجريم وتبعية نسبية من حيث العقاب ، ومع ذلك يميز القانون الجزائري بين الفاعل والشريك ، ويبني هذا التمييز على أساس معيار موضوعي .

وهكذا يعد في القانون الجزائري فاعلا من تلتئم في شخصه كامل أركان جريمة تقليد العلامة التجارية أو تزويرها ، فهو من يقوم شخصيا بالأعمال المادية المشكلة لجريمة التقليد أو التزوير . وبالمقابل يعد شريكا من لا تتحقق في شخصه أركان جريمة التقليد أو التزوير ، وانحصر دوره في المعاونة على ارتكابها بإتيان عمل مادي يختلف عن الركن المادي لجريمة التقليد عن قصد (3) .

إن المشرع المصري ينحاز إلى المعيار الموضوعي للتمييز بين الفاعل والشريك ، وأن هذا المعيار هو البدء في التنفيذ أو الشروع . فلكي نحدد صفة المساهم والقول بأنه فاعل أم شريك يجب أن نستبعد نشاط المساهمين مجتمعين وننظر إلى نشاط كل مساهم على حده ، ونتصور أنه النشاط الوحيد الذي يسعى به إلى ارتكاب الجريمة ، فإذا كان هذا النشاط يحقق البدء في تنفيذ الجريمة أي يتوافر به الشروع في الجريمة يكون هذا المساهم فاعلا ، أما إذا كان هذا النشاط مجرد عمل تحضيرية فإن من ساهم به يصدق عليه وصف الشريك .

(1) المادة 43 من قانون العقوبات الجزائري .

(2) عرفت المادة 40 من قانون العقوبات المصري الشريك كما يلي : " يعد شريكا في الجريمة :

أولا : كل من حرض على ارتكاب الفعل المكون للجريمة إذا هذا الفعل قد وقع بناء على هذا التحريض .

ثانيا : من اتفق مع غيره على ارتكاب الجريمة فوقت بناء على هذا الاتفاق .

ثالثا : من أعطى للفاعل أو الفاعلين سلاحا أو الآلات أو أي شيء آخر مما استعمل في ارتكاب الجريمة مع علمه بها أو ساعدتهم بأية طريقة أخرى في أعمال المسهلة أو المجهزة أو المتممة لارتكابها" .

(3) أحسن بوسقيعة ، المرجع السابق ، ص 174 .

1- أركان الإشتراك :

على غرار ما هو مقرر للفاعل الأصلي ، تتطلب المتابعة والعقاب من أجل الإشتراك في الجريمة المرتكبة من قبل الفاعل الأصلي التمام الأركان التالية :

أ- الركن الأول : الركن المادي للإشتراك

هو عمل مادي يتمثل في القيام بسلوك بإحدى الوسيلتين المذكورتين في المادة 42 من قانون العقوبات الجزائري وهما المساعدة أو المعاونة . بل واعتبر المشرع في المادة 43 من قانون العقوبات شريكا من اعتاد أن يقدم مسكنا أو ملجأ أو مكانا لاجتماع طائفة من الجناة⁽¹⁾، بمعنى أنه يعتبر شريكا في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية من اعتاد أن يقدم مسكنا أو ملجأ أو مكانا للاجتماع لوحد أو أكثر من الأشرار الذين يمارسون جرائم تقليد العلامة التجارية .

ب- الركن الثاني : الركن المعنوي للإشتراك

يتحقق بتوفر العلم والقصد الجنائي ، أي يتعين أن يكون من ساعد الفاعل الأصلي قد ساهم وهو يريد الإشتراك عمدا في العمل الإجرامي للفاعل الرئيسي ، وعلى دراية بارتكاب الجريمة الرئيسية ، كأن يشترك شخص في جريمة تقليد أو تزوير علامة تجارية وهو يعلم ويريد الإشتراك في هذه الجريمة.

2- جزاء الشريك :

تنص المادة 44 من قانون العقوبات الجزائري في فقرتها الأولى على ما يأتي : " يعاقب الشريك في جناية أو جنحة بالعقوبة المقررة للجناية أو الجنحة " (2) .

أخذ المشرع في الجنايات والجنح بمبدأ استعارة العقوبة فسوى بين العقوبة المقررة للفاعل الأصلي وتلك المقررة للشريك ، غير أنه لم يأخذ بهذا المبدأ على إطلاقه خلافا للقانون الفرنسي . ذهب القضاء الفرنسي إلى اعتبار الشريك فاعلا أصليا مساعدا Coauteur ، مستقلا بعقوبته عن الفاعل الأصلي. حيث قرر أن الظروف الشخصية التي ينتج عنها تشديد أو تخفيف العقوبة أو إعفاء منها لا تؤثر إلا بالنسبة للفاعل أو الشريك الذي تتصل به هذه الظروف، فيما قرر أن الظروف الموضوعية تؤثر في العقاب بتخفيفه أو تشديده . ويكون الحال كذلك سواء علم الشريك بهذه الظروف أو كان يجهلها . وقد تعرض قضاء محكمة النقض الفرنسي إلى النقد ، لاسيما فيما يخص بعدم التمييز بين العلم بالظروف الموضوعية والجهل بها (3).

(1) الغرفة الجنائية ، قرار 24 - 06 - 2003 ، ملف 302683 ، المجلة القضائية 2003 ، العدد 1 ، الجزائر ، ص 383 .

(2) المادة 44 من قانون العقوبات الجزائري .

(3) V: G. Stefani , G .Levasseur et B . Bouloc , Droit pénal général , Dalloz , 1980 , p .268

تأسيسا على ما سبق يمكن القول بأن المشرع الجزائري أخذ بالظروف الشخصية والموضوعية في نص المادة 44 من قانون العقوبات ، حيث جعل الشريك يستقل بعقوبته عن الفاعل الأصلي حال توافر أحوال وظروف شخصية خاصة بأحدهما أو ظروف موضوعية تتعلق بالجريمة .
في المقابل نص المشرع المصري في المادة 41 من قانون العقوبات على أنه : " من اشترك في جريمة فعلية عقوبتها إلا ما استثنى قانونا بنص خاص " .

فالقاعدة العامة تتمثل في عقاب الشريك بنفس عقوبة الفاعل ، وبالتالي فإن المشرع يقدر في هذه الحالة أن السلوك الإجرامي الصادر من الشريك وإن لم يرق بعد للسلوك الإجرامي للفاعل، إلا أنه يستحق أن يعامل معاملة . ومع ذلك يجوز للقاضي في كل الأحوال أن يخفف أو يشدد قبل الشريك بحسب ظروف الواقعة (1) .

ويعتقد أن ما ذهب إليه المشرع الجزائري يجانب الصواب ، حيث جعل الشريك يستقل بعقوبته عن الفاعل الأصلي حال توافر أحوال وظروف شخصية خاصة بأحدهما أو ظروف موضوعية تتعلق بالجريمة، من أن كل واحد يختلف عن الآخر من حيث الفعل الإجرامي .

فالمشرع يرى أنه من العدل أن تقتصر الظروف الشخصية على أصحابها فقط سواء أكانت ظروفًا مشددة أم مخففة ، وعليه في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية كجريمة التقليد مثلا قد يكون لدى الفاعل الأصلي مانع من موانع المسؤولية كصغر السن أو الإكراه ، ففي هذه الحالة لا تقوم مسؤوليته ، إلا أن الشريك لا يستفيد من هذا المانع .

أما الظروف الموضوعية فتشمل كل من ساهم في جريمة تقليد العلامة التجارية سواء أكان فاعلا أصليا أم شريكا بشرط أن يكون المساهم على علم بهذه الظروف .

وينطبق الأحكام العامة في المساهمة الجنائية المنصوص عليها في التشريع العام على جرائم العلامات التجارية ، يمكن القول أن الفاعل هو الذي يقوم بدور رئيسي أو أصلي في تنفيذ جريمة تقليد العلامة تجارية . أما الشريك فيقوم بدور ثانوي أو تبعية في جريمة تقليد العلامة ، إذ النشاط الإجرامي الذي يصدر منه يتبع نشاط الفاعل . كأن يعطي هذا الشريك للفاعل أو الفاعلين آلات تساعد في عملية تقليد العلامة التجارية ، أو يساعدهم بأي طريقة أخرى في الأعمال المجهزة أو المسهلة أو المتممة لجريمة التقليد .

(1) راجع : أمين مصطفى محمد ، قانون العقوبات ، القسم العام، دار المطبوعات الجامعية ، الإسكندرية ، 2013 ،

المبحث الثاني

مدى تحقق مسؤولية الشخص المعنوي في مجال جرائم العلامات التجارية

إذا كان من السهل تحديد الشخص المعنوي بأنه يتكون من شخص طبيعي أو مجموعة من الأشخاص الطبيعيين، وقدر من الأموال يسمح بقيام ذمة مالية مستقلة، تخصص لتحقيق غرض معين، يتمتع من أجلها الكيان المعنوي بالشخصية القانونية التي تجعله أهلا لتحمل الالتزامات وأداء الواجبات واكتساب الحقوق⁽¹⁾، إلا أنه من الصعوبة بمكان مساءلة ذلك الشخص المعنوي جزائيا .

لقد حاز موضوع المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية اهتمام العديد من الفقهاء والمشرعين، وكان محلا لخلاف لا يزال قائما حتى يومنا هذا، فبينما يعتبر بعض الفقه قبول المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية شكلا لا يخلو فقط من أي تطور، ولكن يؤدي أيضا للتراجع إلى الوراء عدة قرون⁽²⁾، يرى جانب آخر من الفقه على العكس تماما من ذلك أن قبول تلك المسؤولية يعد تطورا، وخاصة في ظل سياسة الدفاع الاجتماعي⁽³⁾.

لهذا خضعت فكرة المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية لجدل فقهي، وتردد تشريعي وقضائي بين قبول تلك المسؤولية أو رفضها⁽⁴⁾.

وحتى تتحقق الغاية من هذه الدراسة ولمعرفة ما إذا تتحقق المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي في إطار جرائم العلامات التجارية. سنتناول ابتداء موقف الفقه والتشريع من المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية في المطلب الأول ثم إسناد المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية الخاصة في المطلب الثاني .

(1) راجع : محمد زكي أبو عامر، قانون العقوبات ، القسم العام ، الطبعة الأولى ، دار المطبوعات الحديثة ، الإسكندرية، 1986، ص 195. رمضان أبو السعود ، شرح مقدمة القانون المدني ، النظرية العامة للحق ، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 1999 ، ص 253 . عمار عوابدي، القانون الإداري ، النظام الإداري ، ديوان المطبوعات الجامعية، 2000، ص 182 . عمار بوضياف ، الوجيز في القانون الإداري ، دار الريحان ، الجزائر، 1999 ، ص 52 . مبروك بوخزينة ، المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي في التشريع الجزائري ، مكتبة الوفاء القانونية ، مصر، 2010 ، ص 25 .

(2) J.A.Roux , La responsabilité pénale des personnes morales , revue internationale de droit pénal , 1929 , p. 239 .

(3) H. Donnedieu de Vabres , Les limites de la responsabilité pénale des personnes morales , Revue internationale de droit pénal, 1950, p .339 .

(4) إبراهيم علي صالح ، المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية ، المرجع السابق ، ص 102 .

المطلب الأول

موقف الفقه والتشريع من المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية

إن طبيعة الشخص المعنوي جعلت نشاطه حكرا على أعضائه من الأشخاص الطبيعيين، إذ يستحيل عليه ممارسة نشاطه بنفسه وإنما بواسطة هؤلاء الذين يتصرفون باسمه وتحققا لمصلحته، فيمكنهم أن يتخذوا من طبيعته الافتراضية وطبيعة نشاطه أداة لارتكاب جرائم العلامات التجارية ثم ينسبونها إليه. وهذا يعني أن هذه الجرائم التي تقع من الشخص المعنوي، إنما في الحقيقة تقع من المعبرين عن إرادته .

لكن مساءلة الأشخاص المكونين للشخص المعنوي فقط، دون البحث عن المسؤول الحقيقي الذي كان وراء تلك الجرائم ، بأن سهل وقوعها أو خلق ظروفًا لارتكابها ، يقف عقبة أمام تنفيذ سياسة التجريم والعقاب .

ومن هنا ظهرت المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية في القانون الجنائي الحديث ، وأثار ميلادها جدلا فقهيًا حادا تشعبت فيه الآراء واختلفت فيه المواقف وذلك بسبب البحث عن إيجاد مبررات مقنعة لقبول هذه المسؤولية والاعتراف بها (1) .

إن مسألة المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي، هي من المسائل القليلة التي أثارت جدلا عميقا في الفقه ، فقد عارض فريق من الفقه هذه المسؤولية بينما رأى فريق آخر وجوب تقريرها. وهنا يثار أهم سؤال في هذا الخضم ، إذا ارتكب الشخص الطبيعي ممثل الشخص المعنوي أو من العاملين لديه جريمة فإنه يكون مسؤولا جزائيا وتوقع عليه العقوبة المقررة قانونا ، ولكن هل يسأل الشخص المعنوي جزائيا عن هذه الجريمة أيضا إضافة إلى مسؤولية الشخص الطبيعي مرتكب هذه الجريمة ؟ سيتم الإجابة على هذا السؤال من خلال التطرق للخلاف الفقهي حول المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية (الفرع الأول) ثم موقف التشريع من المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي (الفرع الثاني) .

(1) راجع : أحمد محمد محمود خلف ، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة ، دراسة مقارنة ، الطبعة الأولى، المكتبة العصرية ، القاهرة ، 2008، ص 416 . جاسم ناصر عبد العزيز ناصر المليغي، الحماية الجنائية للمستهلك، دراسة مقارنة بين مصر والكويت، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة حلوان، مصر، 2011، ص 81 .

الفرع الأول : الخلاف الفقهي حول المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية

انقسم الفقه - في الإجابة على هذا السؤال - إلى فريقين رئيسيين ، أولهما ينكر المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية ، والآخر يسلم بوجودها ، ولكل فريق منهما أسانيدته التي يدعم بها وجهة نظره . سنتناول موقف الفقه من المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية على النحو الآتي :

أولاً - الاتجاه المنكر للمسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية

يذهب هذا الاتجاه إلى أن الشخص المعنوي لا يسأل جزائياً عن الجرائم التي تقع من ممثليه أوتابعيه والتي ارتكبها هؤلاء لحساب الشخص المعنوي ولمصلحته. وإنما تقع تلك المسؤولية على عاتق الشخص الطبيعي - أي الإنسان - ممثل الشخص المعنوي أو أحد العاملين لديه شخصياً على أساس أن الجريمة وقعت منهم شخصياً وتتسبب إليهم ولا يتصور وقوعها أو نسبتها إلى الشخص المعنوي الذي يمثلونه أو يعملون لديه .

وقد ساد هذا الاتجاه في الفقه الجنائي طوال القرن التاسع عشر وحتى الثلث الأول من القرن العشرين ، ويستند القائلون بعدم أهلية الشخص المعنوي للمساءلة الجزائية إلى عدة حجج يمكن إجمالها فيما يلي (1) :

1- طبيعة الشخص المعنوي تجعل من المستحيل إسناد الجريمة إليه :

يذهب هذا الاتجاه المنكر للمسؤولية الجزائية للشخص المعنوي إلى القول بأن طبيعته تجعل من المستحيل إسناد الجريمة إليه ، فالشخص المعنوي محض افتراض قانوني من صنع المشرع وليس له وجود مادي(2)، وأن هذا الافتراض اقتضته الضرورات العملية لكي يتاح للشخص المعنوي أن يمتلك الأموال ويتعاقد وحتى يكون مسؤولاً مدنياً عن الأضرار التي يسببها للغير أثناء ممارسة نشاطه، ولكن هذا الافتراض لا يمتد إلى نطاق المسؤولية الجزائية لأن القانون الجنائي لا يبيّن أحكامه على الافتراض أوالمجاز وإنما على الحقيقة والواقع(3).

(1) راجع : محمد عبد القادر العبودي ، المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية في التشريع المصري ، " دراسة مقارنة" ، مجلة كلية الدراسات العليا ، متخصصة في علوم الشرطة ، كلية الدراسات العليا بأكاديمية مبارك للأمن ، القاهرة ، العدد الخامس عشر ، يوليو 2006 م - جماد آخر 1427 هـ ، ص 309 .

(2) أسامة عبد العزيز ، نحو سياسة جنائية لحماية البيئة ، رسالة دكتوراه ، كلية الحقوق ، جامعة الإسكندرية ، 2005 ، ص 225 .

(3) حسام عبد المجيد يوسف جادو ، المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية ، "دراسة مقارنة" ، الطبعة الأولى ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، 2012 ، ص 102 .

تتطلب المسؤولية الجزائية توافر الأهلية الجنائية والتي تفترض توافر الإدراك وحرية الاختيار" التمييز و الإرادة"، وهما لا يتوفران إلا لدى الشخص الطبيعي وبالتالي فإن الشخص المعنوي يكون غير أهل لحمل المسؤولية الجزائية، ثم إن انتفاء التمييز والإرادة لدى الشخص المعنوي يجعل من المستحيل إسناد الجريمة إليه، سواء من الناحية المادية أو المعنوية، فلا يتصور ارتكابه الركن المادي للجريمة باعتبار أن الإرادة يجب أن تكون هي سبب السلوك الإجرامي سواء اتخذ صورة الفعل الإيجابي أو الامتناع، ويجب في الوقت نفسه أن تسيطر عليه وتوجهه على نحو معين، والشخص المعنوي ليس لديه إرادة مستقلة؛ ومن ناحية أخرى فإن انعدام الإرادة الذاتية الحقيقية لديه يجعل من غير المتصور أن يتوفر لديه الركن المعنوي للجريمة، سواء في صورة القصد الجنائي أو الخطأ لأن هذا الركن يتطلب الإرادة الإجرامية، التي لا يمكن توافرها إلا لدى الشخص الطبيعي، مما يعني أن إقرار المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية يصطدم بمبدأ المسؤولية الأخلاقية الذي يقضي بضرورة توافر الركن المعنوي لقيام الجريمة، وهو أحد المبادئ الراسخة في قانون العقوبات الحديث.

2- مبدأ تخصص الشخص المعنوي يحول دون الاعتراف بإمكان ارتكابه للجريمة :

يذهب المعارضون لمسؤولية الشخص المعنوي جزئياً إلى القول بأن هذه المسؤولية لا يقرها مبدأ التخصص الذي يحكم الوجود القانوني للشخص المعنوي، فالمشرع لا يعترف بالوجود القانوني له إلا بقصد تحقيق غرض اجتماعي معين⁽¹⁾، وفي حدود هذا الغرض، وهذا هو ما يعبر عنه بمبدأ التخصص⁽²⁾، فالشركة التجارية مثلاً تنشأ لتمارس التجارة، والنقابة تنشأ للدفاع عن مصالح مهنية معينة.... إلخ.

فالأهلية المعترف بها للشخص المعنوي إنما هي أهلية ناقصة، وقد تقررت أهليته القانونية بغية صلاحيته للقيام بأنشطة معينة ومن ثم فإن مشروعية نشاطه مشروطة بجريانه في نطاق الحدود المرسومة لنشاطه الخاص⁽³⁾.

⁽¹⁾ V : Ibrahima Naiss Dia, Réflexions sur l'applicabilité aux personnes morales, des causes d'exonération de responsabilité pénale, Thèse de doctorat en droit, Faculté de droit et des sciences sociales, Ecole doctorale, sciences juridiques, Université de Poitiers, France, 10 juin 2006, p.22. Youssef Al refaai, La responsabilité pénale des personnes morales, étude comparée en droit arabe et français, Tome 1, Thèse de doctorat en droit, Faculté de droit et des sciences politiques, Université Paul Cezanne Aix-Marseille, III, France, 21 janvier, 2010, p.19.

⁽²⁾ راجع : رامي يوسف محمد ناصر، المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي عن الجرائم الاقتصادية، رسالة ماجستير في القانون العام، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2010، ص 12.

⁽³⁾ إبراهيم علي صالح، المرجع السابق، ص 105.

ولأن ارتكاب الجريمة لا يدخل ضمن الأغراض التي تهدف إليها الأشخاص المعنوية ، فإنه يترتب على ذلك أنه إذا ارتكب ممثلو الشخص المعنوي الجريمة باسمه ولحسابه الخاص ، استحال نسبة هذه الجريمة إليه (1)، لأن نسبة هذه الجريمة للشخص المعنوي يعني الاعتراف بالوجود القانوني له في خارج النطاق الذي يعترف القانون له فيه بالشخصية القانونية ، فارتكاب الجريمة يخرج عن نطاق النشاط المعترف به للشخص المعنوي والذي يتحدد وجوده القانوني بحدوده ، ويكون في نسبة الجريمة إليه اعتراف بوجوده خارج حدود النشاط الذي أنشئ من أجله. وفي ذلك إهدار لمبدأ التخصص الذي يحكم وجوده من الناحية القانونية .

3- الاعتراف بالمسؤولية الجزائية للشخص يؤدي إلى الإخلال بقاعدة شخصية العقوبة :

جوهر هذه الحجة يتبلور في أن إخضاع الشخص المعنوي للمساءلة الجزائية ينطوي على اعتداء صارخ وإخلال جسيم بأحد المبادئ القانونية الهامة والراسخة التي تحمل صرح القانون الجنائي، وهو مبدأ شخصية العقوبات ومقتضاه عدم جواز توقيع العقوبة الجزائية إلا على ذات الشخص الذي أسهم في ارتكاب الجريمة مساهمة أصلية ، أي فاعل أصلي لها أو مساهمة تبعية أي شريك فيها. فإذا كنا بصدد تطبيق عقوبات جزائية على الشخص المعنوي، كالغرامة أو المصادرة مثلا، فلا شك أن تلك العقوبات سوف تمتد حتما وبالضرورة لينفذ سهمها ويصيب أشخاصا آخرين أبرياء دون ذنب أو خطأ يمكن أن ينسب إليهم، وهؤلاء الأشخاص الطبيعيين المساهمين أو المشتركين في تكوين الشخص المعنوي، وقد يكون من بينهم من لم يشترك إطلاقا في الجريمة ، ولم يكن ليقبل ارتكابها، وربما كانت الجريمة قد وقعت دون علمه أو رغم إرادته(2). وإن إقرار مسؤوليتهم يتنافى مع العدالة لما تؤدي إليه من استئثار العقاب دون تمييز إلى الذين انصرفت إرادتهم إلى ارتكاب الجريمة وإلى الذين لا يعلمون عنها شيئا، وإلى الذين كان في مكنتهم منعها وإلى غيرهم ممن تعوزهم السلطة لمنعها ، كما أن التحدي بأن الأقلية يتعين عليها أن تخضع لإرادة الأغلبية ، فإن هذا وإن صح في مجال القانون الخاص فإنه لا يصح في مجال القانون الجنائي، لأن مساءلة أشخاص عن أفعال غيرهم يشكل ارتدادا إلى الوراثة ولا يعد تقدما في مضمار المسؤولية (3).

(1) راجع : جمال محمود الحموي ، أحمد عبد الرحيم عودة ، المسؤولية الجزائية للشركات التجارية ، دراسة تحليلية مقارنة ، الطبعة الأولى ، دار وائل للنشر، الأردن ، 2004 ، ص 68 .

(2) حسام عبد المجيد يوسف جادو، المرجع السابق ، ص 120 .

(3) Salma Gaddour, Sociétés et personnalité morale, Mémoire d'études approfondies en droit des affaires, Faculté de droit , Université de Sfax, Tunisie , 1999 -2000 , p.107 .

ويضيف المعارضون لمبدأ المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي ، أن الاعتراف بهذه المسؤولية يترتب عليه ازدواج المسؤولية الجزائية ، أي مساءلة شخصين عن نفس الجريمة دون أن تجمع بينهما رابطة المساهمة الجنائية، فالشخص الطبيعي يسأل عن الجريمة التي ارتكبها باسم الشخص المعنوي ولحسابه مسؤولية شخصية، ثم نقرر بعد ذلك مساءلة الشخص المعنوي عن الجريمة ذاتها بوصفه شخصا مستقلا له ذاتية خاصة تميزه عن الشخص الطبيعي مرتكب الجريمة، ويعني ذلك أننا نقرر نسبة الفعل الواحد إلى شخصين متميزين باعتبار أن كلا منهما قد ارتكبه وحده مستقلا عن الآخر. ويسأل كلاهما مسؤولية مستقلة عن الآخر، وهو ما يناقض المنطق القانوني ويستحيل التسليم به ، فضلا عن ذلك فقد يؤدي الإقرار بالمسؤولية الجزائية للشخص المعنوي إلى إمكان معاقبة الشخص الواحد مرتين عن فعل واحد⁽¹⁾، فمعاقبة الشخص الطبيعي بصفته ممثلا للشخص المعنوي لا يمنع من معاقبته عن فعله هو، وفي حالة معاقبة الشخص المعنوي فإن هذا العقاب سوف يمتد إليه باعتباره عضوا في الشخص المعنوي، أي أن الشخص الطبيعي ممثل الشخص المعنوي وألعامل لديه سوف يتحمل العقاب مرتين عن فعل واحد⁽²⁾ .

4- عدم تناسب العقوبات الجزائية للتطبيق على الشخص المعنوي :

ومفاد هذا الرأي أن العقوبات المنصوص عليها بين ثنايا القانون الوضعي، إنما وضعت أصلا لتطبق على الأشخاص الطبيعيين إذا ما ثبتت إدانتهم جنائيا ، ذلك أن المخاطبين بالنصوص الجزائية هم البشر دون الأشخاص المعنوية، وكان من الطبيعي أن تتحدد تلك العقوبات بما يتلاءم مع الإنسان وبوائمه طبيعته البشرية، أما الأشخاص المعنوية فمن غير الممكن إنزال أغلب العقوبات الجزائية عليها نظرا لطبيعتها الخاصة .

تعددت العقوبات الجزائية واختلفت طبيعتها ، فمنها ما يكون سالبا للحق في الحياة مثل عقوبة الإعدام، ومنها ما هو سالب للحق في الحرية كالسجن والحبس، وهذه العقوبات لا يتصور توقيعها على الشخص المعنوي الذي لا يزيد عن مجرد كونه شخصا خياليا وهميا ليس له وجود مادي ملموس يمكن إدراكه، فليس معقولا القول بسجن الشخص المعنوي أو حبسه وهو يفتقر للجسد المادي الذي يكون محلا لهذه العقوبات⁽³⁾ .

(1) إبراهيم علي صالح ، المرجع السابق ، ص 107 .

(2) محمد عبد القادر العبودي ، المرجع السابق، ص 313 .

(3) حسام عبد المجيد يوسف جادو، المرجع السابق ، ص 127 .

وحتى بالنسبة للعقوبات المالية التي يمكن أن توقع على الشخص المعنوي كالغرامة ، فإن تنفيذها أحيانا تعترضه بعض العقبات حيث يقرر المشرع في حالة عدم دفع الغرامة الجزائية اختياراً جواز تطبيق الإكراه البدني على المحكوم عليه، وهذا الإكراه لا يمكن اتخاذه ضد الشخص المعنوي .

5- معاقبة الشخص المعنوي لا تحقق الأغراض المستهدفة من العقوبة :

اتجه المعارضون لمبدأ مسؤولية الشخص المعنوي جزائياً إلى القول بأن مسؤولية هذا الأخير تصطدم بنظام العقوبة، فالعقوبة في جوهرها ألم يصيب من توقع عليه وتحقق غرضها النفعي في الردع أو الإصلاح، وأن الإحساس بألم العقوبة وأثره النفسي في ردع الجناة لا يتصور إلا بالنسبة للشخص الطبيعي الذي يتمتع بالإدراك أو التمييز والإرادة وهو ما يفتقده الشخص المعنوي ، وبالتالي يصبح من غير المعقول التحدث عن إصلاحه وتهذيبه أو ردعه⁽¹⁾ .

وإذا قيل أن عقوبة حل الشخص المعنوي يمكن أن تحقق الردع ، فإن هذه العقوبة ستكون ضارة بالعاملين لديه بتعريضهم للبطالة ، ثم إن حل الشخص المعنوي أو وقف نشاطه -في نظر أنصار هذا الرأي - هي تدابير تشابه التدابير التكميلية المقررة في بعض التشريعات والتي تفتقر بالعقوبات مثل مصادرة الآلات المستعملة في جريمة تقليد العلامات التجارية .

ينتهي المعارضون لمبدأ مسؤولية الشخص المعنوي جزائياً إلى نفي مسؤوليته الجزائية عن الأفعال التي يقترفها ممثلوه أو العاملون لديه ، وأن الذي يسأل جزائياً عن ذلك هو الشخص الطبيعي مرتكب هذا الفعل الذي يشكل جريمة ويترتب على ذلك النتائج الآتية :

- أنه لا يمكن إقامة الدعوى الجزائية قبل الشخص المعنوي .
- وجوب توقيع عقوبة مستقلة على كل عضو من الأعضاء الداخليين في تكوين الشخص المعنوي تثبت إدانته في الجريمة التي وقعت ، وبذلك تتعدد العقوبات بتعدد فاعليها .
- لا وجه لأن يسأل الشخص المعنوي عن الغرامات المحكوم بها على الأعضاء الداخليين في تكوينه .

(1) راجع : أنور محمد صدقي المساعدة ، المسؤولية الجزائية عن الجرائم الاقتصادية ، دار الثقافة ، الأردن، 2006 ،

وبالرغم من ذلك ، فقد اتجه جانب من المعارضين لمبدأ مسؤولية الشخص المعنوي جزائياً إلى أن إنكار مسؤوليته لا يعني تجريد المجتمع من الوسائل التي يحمي بها كيانه ونظمه إذا ثبت أن الشخص المعنوي مصدر خطر يهدده ، كما لو كان أسلوب نشاطه ضاراً أو كانت بعض أمواله مصدر خطر عليه ، ففي استطاعة المجتمع أن يتقي هذه الخطورة عن طريق اتخاذ التدابير الاحترازية ضد الشخص المعنوي نفسه ، ومن هذه التدابير حل الشخص المعنوي ووضع تحت الحراسة وحظر بعض نشاطه ومصادرة ماله ... إلخ . وغني عن البيان أن حالات وإجراءات توقيع هذه التدابير ينبغي أن تنظم بموجب القانون .

مع ذلك فقد رأى البعض بأن مساءلة الشخص المعنوي ضرورة في مجال الجرائم الاقتصادية وذلك ضماناً لإنجاح السياسة الاقتصادية، ولا سيما أن أغلب هذه الجرائم ترتكب لغرض الكسب، ويستفيد من الجريمة كل شخص له حقوق في مال الشخص المعنوي، مما يجعل العقوبة غير مجدية إذا اقتصر أثرها على الفرد الذي ارتكب الجريمة، فثروته لا تسمح في الغالب بتغطية الضرر، ولن يمنع عقابه تكرار المخالفة، كما أن الصعوبات التي تعترض مبدأ إقرار المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي في قانون العقوبات العام تقل إلى حد كبير فيما يتعلق بهذا النوع من الجرائم، وتتمثل هذه الصعوبات في : عدم إمكان توافر الركن المعنوي لدى الشخص المعنوي، وهذا الركن يتضاءل إلى حد ما في الجرائم الاقتصادية وفي الغالب يقرر لها عقوبات مالية، تهدف إلى الوقاية حتى لا تقع هذه الجريمة في المستقبل، ثم إن التدابير الوقائية توقع لمجرد استظهار الحالة الخطرة دون اشتراط توافر الركن المعنوي⁽¹⁾.

ثانياً - الاتجاه المؤيد للمسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية :

يتبنى هذا الاتجاه الفقه الجنائي الحديث ، إذ يعترف أنصاره بوجود مساءلة الأشخاص المعنوية جزائياً وذلك بجانب معاقبة الشخص الطبيعي ممثل الشخص المعنوي أو أحد العاملين لديه الذي ارتكب الجريمة أثناء ممارسة عمله لديه. ويرى أصحاب هذا الرأي أن الحجج التي ساقها المعارضون لمسؤولية الشخص المعنوي جزائياً ليست قاطعة في رفض مسؤوليته الجزائية ، ويستند هؤلاء في تأكيد وجهة نظرهم إلى الرد على حجج المعارضين ودحضها، وأيضاً إلى اعتبارات عملية تستوجب ضرورة إقرار مسؤولية الشخص المعنوي جزائياً، وفيما يلي بيان ذلك :

(1) محمد عبد القادر العبودي ، المرجع السابق، ص 316 .

الرد على حجج الاتجاه المعارض لإقرار مسؤولية الأشخاص المعنوية جزائياً (1) :

1- طبيعة الشخص المعنوي لا تتناقض مع تقرير مسؤوليته الجزائية :

إن القول بأن الشخص المعنوي محض افتراض و ليست له إرادة - هذا القول - لا يستقيم الآن مع الحقائق الاجتماعية والقانونية، ذلك أن نظرية الافتراض أصبحت مهجورة فقها وقضاء وحلت محلها الآن نظرية الحقيقة التي تقرر أن الشخص المعنوي حقيقة اجتماعية وحقيقة قانونية لا يمكن إنكارها اجتماعياً لأنها أصبحت جزءاً من النسيج الاجتماعي الذي يؤدي دوراً رائداً في الحياة الاجتماعية، كما أنها حقيقة قانونية يعترف بها القانون ويحدد مجال نشاطها، وأسلوب ممارستها لهذا النشاط وحقوقها وواجباتها القانونية .

ووفقاً لأصحاب هذا الرأي ، فإن الشخص المعنوي له وجود حقيقي حيث يتمتع بشخصية قانونية متميزة عن شخصيات من يكونونه ويمثلونه قانوناً، فله إرادة متميزة مستقلة عن إرادة أعضائه وله مصالح خاصة به وله ذمة مالية مستقلة، وإن إنكار الإرادة المستقلة للشخص المعنوي يترتب عليه نتائج قانونية يستحيل التسليم بها لأنها تصطدم بالتنظيم القانوني للشخص المعنوي ذاته ، فالقانون يعترف للشخص المعنوي بأهلية التعاقد، وهي تفترض توافر الإرادة له، ويجعله القانون أهلاً لتحمل المسؤولية المدنية عن أفعاله الضارة وهذه الأخيرة تقوم على الخطأ المدني الذي يلزم لتحقيقه توافر إرادة توصف بالخطأ. ولم ينكر أحد هذه الإرادة على الشخص المعنوي في مجال المسؤولية المدنية، وأنه لا يجوز الاحتجاج في هذا الخصوص بأن الإرادة اللازمة للمساءلة عن الجريمة لا تثبت لغير الإنسان، و لذلك لا تتوافر للشخص المعنوي .

فإرادة الأشخاص الطبيعيين الذين يعملون باسمه ولحسابه هي في الوقت ذاته إرادة الشخص المعنوي ، وإذا كان شكل الإرادة اللازمة لقيام الجريمة يختلف بالنسبة للشخص الطبيعي عنه بالنسبة للشخص المعنوي، فهذا لا يؤدي إلى إنكار إرادة هذا الأخير التي تتفق مع طبيعته الخاصة باعتباره شخصاً قانونياً له طبيعة تختلف عن طبيعة غيره من أشخاص القانون، فالإرادة فردية بالنسبة للشخص الطبيعي وجماعية بالنسبة للشخص المعنوي .

ويضيف أصحاب هذا الاتجاه، أن الشخص المعنوي قد أصبح حقيقة قانونية لا تحتاج إلى إثبات، حيث يمكنه أن يرتكب الركن المادي لكثير من الجرائم كالجرائم الاقتصادية، وجرائم ضد المستهلك منها الجرائم الواقعة على العلامات التجارية .

(1) راجع : مصطفى العوجي ، المسؤولية الجنائية في المؤسسة الاقتصادية ، الطبعة الأولى ، مؤسسة نوفل ، بيروت،

ومن ناحية أخرى فإن الشخص المعنوي له إرادة جماعية ومستقلة عن الإرادة الفردية لكل عضو من أعضائه تتكون من التقاء الإرادات الفردية للأعضاء المكونين له، ويعبر عنها ممثلوه وأجهزته الخاصة، وأن هذه الإرادة الجماعية التي تحركه ليست محض افتراض، وإنما هي حقيقة واقعية، فهي تظهر في كل مرحلة من مراحل حياته، وفي الاجتماعات والمداولات، وتصويت الجمعية العمومية لأعضائه والتصويت في مجلس الإدارة . ومن هنا يمكن أن نتصور توافر الركن المعنوي للجريمة لدى الشخص المعنوي، ومن ثم فإن المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية لا تتعارض مع مبدأ المسؤولية الأخلاقية (1).

2 - مبدأ تخصص الشخص المعنوي لا يحول دون الاعتراف بإمكان ارتكابه الجريمة:

يرى أصحاب هذا الرأي أن ما ذهب إليه الاتجاه الأول، من أن مبدأ تخصص الشخص المعنوي يحول دون مساءلته جزائياً لأنه هو الذي يحدد الوجود القانوني للشخص المعنوي ويحصره في الغرض الذي أنشئ من أجله وليس لارتكاب الجرائم، هو قول غير سديد وحجة واهية ولا تنهض مبرراً لعدم مساءلته جزائياً، فمبدأ التخصص لا علاقة له بالوجود القانوني للشخص المعنوي ولا بقدرته على ارتكاب الجرائم، وإنما تنحصر أهميته في تحديد النشاط المصرح للشخص المعنوي القيام به، بحيث إذا خرج عن حدود تخصصه ظل له وجود ولكن نشاطه يعتبر غير مشروع (2) .

ومن ثم فإن تخصص الشخص المعنوي يجد مجاله في القانون الإداري فحسب ، فهو قاعدة إدارية بسيطة تبين ما يجوز للشخص المعنوي مباشرته من أنشطة بغية حسن النظام الإداري وهو من ابتداء مجلس الدولة الفرنسي، إلا أنه لا يمكن أن يحتج به في مجال اقترافه للجريمة ، حيث يمكن حدوثها منه في نطاق تخصصه كما يتصور حدوثها منه أيضاً خارج ذلك النطاق بل إن الثابت أن الشركة -مثلاً- في إطار تحقيق غايتها في الربح ، يمكن أن ترتكب الجريمة الممنوعة وفقاً للقوانين التي تحدد السعر أو الربح أو أن تلجأ إلى القيام بأعمال التهريب أو المضاربات غير المشروعة وجرائم تقليد العلامات التجارية ؛ وبإعمال الحجة المستمدة من مبدأ التخصص فإنه لا يمكن مواجهة تلك الجرائم خاصة في الحالات التي يصعب فيها إسناد ارتكاب الخطأ لشخص معين ويؤدي ذلك إلى إفلات المجرمين في تلك الجرائم وأمثالها من العقاب، إذ قد يوحي مثل هذا النظر إلى الأفراد برسالة سلبية مفادها أنه للإفلات من المسؤولية الجزائية يمكنهم تكوين شركة يستترون وراءها ليمارسوا من خلالها أبشع الجرائم كاستيراد مواد غذائية منتهية الصلاحية وحاملة لعلامة تجارية مقلدة وغيرها من الجرائم التي تفتح باب الخطر على أمن المجتمع ومصالحه .

(1) محمد عبد القادر العبودي ، المرجع السابق، ص 318 .

(2) أنور محمد صدقي المساعدة ، المرجع السابق ، ص 390 .

3- مساءلة الشخص المعنوي لا تشكل إخلالا بمبدأ شخصية العقوبة :

فقد المؤيدون لمبدأ مسؤولية الشخص المعنوي اتجاه الرأي الأول القائل بأن مسؤولية الشخص المعنوي تتعارض مع مبدأ ثابت من مبادئ القانون الجزائي وهو شخصية العقوبة⁽¹⁾؛ وحجتهم في ذلك أن الإخلال بهذا المبدأ يفترض أن توقع العقوبة على شخص لم يرتكب الجريمة سواء بوصفه فاعلا لها أو شريكا فيها، أما إذا وقعت على المسؤول عن الجريمة وامتدت آثارها بطريق غير مباشر إلى أشخاص يرتبطون به فلا يعتبر ذلك مخالفا للمبدأ .

وبذلك فإن قول الاتجاه الأول ينطوي على خلط بين العقوبة والنتيجة غير المباشرة لها، لأن توقيع العقوبة على الشخص المعنوي إنما يراد به تحقيق الغاية المرجوة من العقاب لصالح المجتمع، كما أن إقرار مسؤوليته يراد بها مساءلة الأشخاص الطبيعيين الذين ارتكبوا الأفعال المجرمة باعتبار أن الخطأ الذي ارتكب إنما اقترفه الممثلون لإرادته فيعتبر كأنه صادر منه، وبالتالي فإن استتالة أثر العقاب الذي تم توقيعه على الشخص المعنوي إلى الأشخاص المكونين له يمكن تحميله على أنه من قبيل الآثار غير المباشرة للعقوبة ، وهي ذات النتائج التي تحدث بالنسبة للشخص الطبيعي إذ في حالة الحكم عليه بعقوبة سالبة للحرية أو حتى بعقوبة مالية فإن أفراد أسرته يعانون من تلك الآثار⁽²⁾ .

ويضيف المؤيدون من ناحية أخرى بأن أعمال مبدأ شخصية العقوبة يستوجب تقرير المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي لا نفيها، فعدم إقرارها هو الذي يعتبر إهدارا لمبدأ شخصية العقوبة لأن مساءلة القائم على إدارة الشخص المعنوي كرئيس مجلس الإدارة أو عضوه المنتدب أو المدير، وكل مسؤول على هذا النحو، دون مساءلة الشخص المعنوي ذاته فإن ذلك ينطوي على إفلات المسؤول أصلا، بل إن الاجتزاء بمعاقبة هؤلاء فقط قد يؤدي في بعض الصور التي تكون العقوبة المحكوم بها عقوبة مالية إلى عدم إمكان تنفيذها في حالة عسرهم .

أما بالنسبة لما أثاره الاتجاه الأول من أن مساءلة الشخص المعنوي جزائيا ومساءلة الممثلين لإرادته يؤدي في بعض الصور إلى ازدواج العقاب، فإن هذا الزعم -وفقا لأصحاب الاتجاه المؤيد- لايشكل اعتراضا، وإن انطوى على صعوبة عملية فإنه من السهولة بمكان التغلب عليها في إطار قواعد مسؤولية الفاعل والشريك والقواعد المقررة في القسم العام من قانون العقوبات .

(1) أنور محمد صدقي المساعدة ، المرجع السابق ، ص 391 .

(2) راجع : حسينة شرون وعبد الحليم بن مشري ، المسؤولية الجنائية للشخص المعنوي في التشريع الجزائري ، مجلة المنتدى القانونية ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة ، العدد الثاني ، جوان 2005 ، ص 15.

4- تطويع العقوبات الجزائية لتتلاءم مع طبيعة الشخص المعنوي :

يعتقد المؤيدون لمسؤولية الشخص المعنوي جزائياً أن ما ذهب إليه الاتجاه الأول من عدم إمكان تطبيق معظم العقوبات الجزائية عليه ، قول لا يصدق إلا على عقوبة الإعدام والعقوبات السالبة للحرية ، فهذه العقوبات لا تتلاءم مع طبيعة الشخص المعنوي ولا يمكن توقيعها عليه . مع ذلك فإن هذا لا يعد سبباً كافياً للقول بعدم إمكانية مساءلة الشخص المعنوي جزائياً عن الجرائم التي يرتكبها ممثلوه أو القائمين على إدارته أثناء ممارستهم لاختصاصاتهم باسمه ولحسابه ، فالعقوبات الحالية منها ما يتلاءم وطبيعة الشخص المعنوي مثل العقوبات المالية كالغرامة ، ومنها ما يمكن تطويعه ليتلاءم مع طبيعته مثل الإعدام فيقابله حل الشخص المعنوي أو العقوبات السالبة للحرية والتي يمكن أن يستعاض عنها بتضييق دائرة النشاط المصرح به أو الغلق أو غير ذلك من العقوبات الملائمة لطبيعته .

فطبيعة الشخص المعنوي لا يمكن أن تعتبر سبباً من الأسباب التي يستند إليها في إنكار المسؤولية الجزائية عن الشخص المعنوي، فالعقوبة تتطور ويمكن تطويعها لملاءمة كل الظروف⁽¹⁾ .

5- أغراض العقوبة لا تنحصر فقط في الإصلاح والتأهيل :

يذهب المؤيدون لمسؤولية الشخص المعنوي إلى القول بعدم ملاءمة نظام العقوبة للشخص المعنوي مردود عليه بأن أغراض العقوبة في الردع والإصلاح ليست مستبعدة تماماً لأن توقيعها على الشخص المعنوي يؤثر على نشاطه مما يدفع القائمين على إدارته إلى تجنب ارتكاب الجريمة مرة أخرى . يضاف إلى ذلك، أن هذا القول فيه حصر لأغراض العقوبة في غرض واحد وهو الردع الخاص، وهذا الغرض وإن كان هو أهم الأغراض إلا أنه ليس الغرض الوحيد ، فهناك الردع العام والوقاية أو المنع، وهذا الردع يتحقق بالنسبة للشخص المعنوي بامتناع الأشخاص المعنوية الأخرى عن ارتكاب الجرائم⁽²⁾ .

⁽¹⁾ راجع : محمد محمود العمودي وأحمد عبد الرحيم عودة ، المسؤولية الجزائية للشركات التجارية ، الطبعة الأولى، دار

وائل للنشر، عمان ، 2004 ، ص 73 .

⁽²⁾ محمد عبد القادر العبودي ، المرجع السابق، ص 320 .

يتضح مما تقدم أن الفقه الحديث يرى ضرورة الاعتراف بالمسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية إضافة لمسؤولية الشخص الطبيعي إذا أمكن تحديده وتوافرت في حقه أركان الجريمة، لأن في ذلك مواكبة للتطورات الاقتصادية والاجتماعية وتزايد أعداد الأشخاص المعنوية وضخامة إمكاناتها وقدراتها، وإقرار هذه المسؤولية يمكن للمجتمع أن يدافع عن نفسه ضد الأخطار التي تهدده نتيجة للجرائم التي ترتكبها هذه الأشخاص والتي قد تفوق في خطورتها الجرائم التي يرتكبها الأشخاص الطبيعيون .

ويرجح الرأي الذي يذهب إليه الفقه الحديث من إقرار المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية. وحتى تتحقق المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية يمكن أن ينص المشرع الجزائري على هذه المسؤولية وتحديد إجراءات المحاكمة والعقوبات التي تتلاءم نوعا ومقدارا مع طبيعة الأشخاص المعنوية، هذا إلى جانب مسؤولية الشخص الطبيعي ممثل الشخص المعنوي أو أحد العاملين لديه إذا توافرت أركان جريمة الاعتداء على العلامة في حقه .

الفرع الثاني : موقف التشريعات من المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي

توصي العديد من المؤتمرات والندوات الدولية بضرورة المساءلة الجزائية للأشخاص المعنوية ، حيث أكدت الجمعية الدولية للقانون الجنائي في 1928 ، أن الشخص المعنوي يمكنه أن يرتكب جرائم كثيرة أخطر من تلك التي يرتكبها الشخص الطبيعي والتي تعطل السياسة الاقتصادية للدولة كجرائم الاعتداء على العلامات التجارية ، ومن ثم الاعتبارات العملية تقتضي ألا تسمح له أن يخالف القوانين دون عقاب .

ولا يتحقق الهدف من العقوبة إذا اقتصر أثرها على الشخص الطبيعي الذي ارتكب ماديا الجريمة، فالعقوبة هي جزاء يقرره القانون ويوقعه القاضي على من تثبت مسؤوليته عن جريمة ما⁽¹⁾، ولأنه غالبا ما تكون الثروة المالية لهذا الشخص عاجزة على تغطية الضرر .

كما أن المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية تتخذ مجالا واسعا نظرا لتساؤل الركن المعنوي في جرائم الاعتداء على العلامات التجارية ، وأن الكثير من الجزاءات في هذا النوع من الجرائم تهدف إلى منع وقوع الجريمة ضمانا لإنجاح السياسة الاقتصادية للدولة . وحتى يتجلى لنا موقف التشريعات من المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي بصورة واضحة، سنتعرض إلى أهم التشريعات التي كرسنا هذه المسؤولية (أولا) ثم موقف المشرع الجزائري من هذه المسؤولية (ثانيا) .

(1) راجع :أكرم عبد الرزاق المشهداني ، نشأت بهجت البكري ، موسوعة علم الجريمة والبحث الإحصائي الجنائي في القضاء والشرطة والسجون ، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع ،عمان، 2009 ، ص 39 . أسحق إبراهيم منصور، موجز في علم الإجرام وعلم العقاب ، الطبعة الثانية ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 1991 ، ص 129 .

أولاً - التشريعات المكرسة للمسؤولية الجزائية للشخص المعنوي :

نادى كل من الفقه والقضاء بضرورة الاعتراف بالمسؤولية الجزائية للشخص المعنوي وهذا ما كان له أثر كبير على تباين مواقف التشريعات إزاء هذه المسؤولية .
وبما أن الجرائم التي يرتكبها الشخص المعنوي حقيقة لا مفر منها، أصبح من الضروري التصدي لها بكل الطرق القانونية. ولا اعتبارات عملية وواقعية أيّدت بعض البلدان هذه المسؤولية وعملت على النص عليها في تشريعاتها مع بعض الاختلاف البسيط، لاسيما بعد تعاضم دور الأشخاص المعنوية وتعمّد نشاطها وصعوبة تحديد مرتكب الجريمة فيها . فمنها من نصت عليها كمبدأ عام ، ومنها من أخذت بها كاستثناء احتراماً لمبدأ شخصية العقوبة .

1- التشريعات المكرسة للمسؤولية الجزائية للشخص المعنوي كمبدأ عام :

تجيز بعض التشريعات مساءلة الأشخاص المعنوية جزائياً كقاعدة عامة ، فيمكن أن تسأل عن أية جريمة إلا إذا كانت هذه الأخيرة بحسب طبيعتها لا يتصور أن ترتكب إلا من شخص طبيعي، وأبرز أمثلة عن هذه التشريعات، التشريع الفرنسي، التشريع الهولندي وبعض التشريعات العربية كالتشريع السوري ؛ وسنتناول بالدراسة في بحثنا هذا التشريع الفرنسي والتشريع الهولندي .

أ- التشريع الفرنسي :

كان القانون الفرنسي القديم قبل الثورة الفرنسية يقرر المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية المتمثلة في الجماعات والمقاطعات والمدن والقرى والشركات . وكان الأمر الملكي الصادر عام 1670 ينص على الإجراءات التي تتبع في محاكمة هذه الأشخاص، والعقوبات الملائمة لها مثل الغرامة، المصادرة والحرمان من الامتيازات وهدم الأسوار والمباني. حيث وقع برلمان باريس عقوبة على مدينة "تولوز" تمثلت في حرمانها من حقها كشخص قانوني ومصادرة ذمتها المالية .

على الرغم من ازدهار الشركات التجارية مع بداية القرن التاسع عشر، وصدور التشريعات التي سمحت بإنشائها وأضفت عليها الشخصية القانونية، لم يرد في قانون العقوبات الفرنسي الصادر عام 1810 أي نص يقرر المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية، الأمر الذي دفع بالفقه إلى القول أن المشرع يرفض تلك المسؤولية كقاعدة عامة .

أخذت محكمة النقض بنفس الرأي حيث قضت بأن الشخص المعنوي لا يتحمل المسؤولية الجزائية ولا يجوز أن توقع عليه العقوبة حتى وإن كانت غرامة ، إلا في الحالات الاستثنائية المبينة في القوانين الخاصة (1) .

(1)V : Delphine Brach-Thiel et Ann Jacobs , La responsabilité pénale de la personne morale , L'harmattan, Paris,2015, p.8.

وفيما بعد بدأ القانون الفرنسي يقرر المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية على سبيل المثال في حالات محدودة ويضع نظاما خاصا لها .

إذا كانت القاعدة العامة في تقنين نابليون هي عدم تقرير المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية، فإن هذا لم يمنع من وجود بعض النصوص الخاصة التي تقرر هذه المسؤولية على سبيل الاستثناء .
تماشيا مع الاتجاه الحديث الذي يرى أن الأشخاص المعنوية حقيقة قانونية ، يمكن أن ترتكب العديد من الجرائم في كثير من المجالات، نص المشروع الذي أُعد لتعديل قانون العقوبات عام 1934 على مبدأ المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية في المادتين 89 و 116 على العقوبات وتدابير الأمن التي تُطبق على هذه الأشخاص، لكنه لم ينفذ .

بعد ذلك، جاء مشروع قانون العقوبات لسنة 1978 أقر أيضا هذه المسؤولية وقصرها على الأشخاص المعنوية ذات النشاط التجاري أو الصناعي أو المالي، ثم صدر مشروع قانون العقوبات سنة 1986 تضمن نصوصا عاما قرر بمقتضاه المسؤولية الجزائية لكل الأشخاص المعنوية ماعدا الدولة .
بصدور قانون العقوبات الجديد لعام 1992 والذي دخل حيز التطبيق في أول مارس عام 1994 تم النص صراحة على هذه المسؤولية في المادة 121-2 منه⁽¹⁾. وبذلك حسم قانون العقوبات الفرنسي الجديد الخلاف الفقهي والتردد القضائي بشأن مسؤولية الشخص المعنوي جزائيا بنص صريح بمسألتة جميع الأشخاص المعنوية باستثناء الدولة .

من خلال الاطلاع على النصوص التي أقرت المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي، نجد أن المشرع قد نص عليها بشكل واسع، أي في كثير من الجرائم على نحو يصعب معه وصف هذه المسؤولية بأنها استثنائية، رغم أن المشرع لم يقرها كقاعدة عامة. إلا أن هذه المسؤولية كانت تخضع لمبدأ التخصص، بمعنى أن الشخص المعنوي لا يسأل إلا عن الجرائم التي نص المشرع صراحة على جواز مساءلته عنها، خلاف الأشخاص الطبيعيين الذين لهم القدرة على ارتكاب أية جريمة .

بالتالي كانت مسؤولية الأشخاص المعنوية محصورة في الحالات المنصوص عليها في القانون أو اللائحة، لكن فيما بعد تخلى المشرع الفرنسي عن مبدأ التخصص بموجب قانون "باريان" رقم 204-2004 المؤرخ في 9 مارس 2004 والذي طبق في 2005/12/31 ، وأقر هذه المسؤولية كمبدأ عام تحقيقا للمساواة أمام القانون مع الأشخاص الطبيعيين عن كل الجرائم إلا ما كان يتعارض مع طبيعته الخاصة .

(1) V : Code pénal Français, 109^{ème} édition, Dalloz , Paris, 2012 .

ب - التشريع الهولندي :

يعتبر قانون العقوبات الاقتصادي الهولندي من القوانين التي تتسم بالشدّة والصرامة فيما يتعلق بالجرائم الاقتصادية. فهو يقرر المسؤولية الجزائية للوحدات الاقتصادية والشركات التجارية ، لأنّ معاقبة المسؤولين عن إدارة الشخص المعنوي لا تكفي لمكافحة الجرائم الاقتصادية، وأنّ الأمر يستدعي وقف نشاط الشخص المعنوي، وهو ما لا يمكن القضاء به على القائم بالإدارة . لذلك اضطرّ المشرع الهولندي إلى الخروج عن أحكام المسؤولية المقررة في القانون العام ، فقرر مسؤولية تلك الوحدات والشركات إلى جانب مسؤولية المدير (1) .

كان المبدأ السائد في قانون العقوبات الهولندي قبل عام 1951، أنّ الجريمة لا يمكن أن ترتكب إلا من طرف الشخص الطبيعي، لأنّ الشخص المعنوي كان ينظر إليه على أنه حيلة قانونية لا يمكن أن يرتكب الجريمة ، ويتحمل المسؤولية الجزائية .

إلا أنّ المشرع فيما بعد لاحظ أنّ مجرد تقرير العقاب على الأفراد الذين يرتكبون بأنفسهم ما ديا تلك الجرائم ، لا يحقق الغرض المطلوب من فكرة حماية السياسة الاقتصادية للدولة (2) .

وفي عام 1951 أصدر المشرع الهولندي قانوناً بشأن الجرائم الاقتصادية أقر فيه استثناء المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي . فنص في المادة 15 منه صراحة على أنه إذا ارتكبت الجريمة الاقتصادية باسم الشخص المعنوي، فيجوز توقيع العقوبات والتدابير المقررة قانوناً سواء على هذا الشخص أو على الأشخاص الطبيعيين الذين ارتكبوا الفعل أو الامتناع المكون للجريمة أو ضد الاثنين معاً. كما أجاز هذا القانون أن توقع على الشخص المعنوي عقوبة الغرامة والمصادرة وغلق المنشأة بصفة نهائية أو لمدة معينة والوضع تحت الرقابة ونشر الحكم الصادر بالإدانة (3) .

يلاحظ أنّ هذا القانون قد اعترف بمسؤولية الأشخاص المعنوية جزائياً عن الجرائم الاقتصادية فقط، والتي ترتكب باسم الشخص المعنوي ، ودون حصر للأشخاص المعنوية التي يمكن أن ترتكب هذه الجريمة باسمها. وذلك يعني أنّ جميع الأشخاص المعنوية يمكن مساءلتها جزائياً في حالة ارتكاب الجريمة الاقتصادية باسمها .

طبقاً لهذا القانون، فإنه يمكن الحكم بالعقوبات والتدابير المقررة قانوناً سواء على الشخص المعنوي أو على الأشخاص الطبيعيين الذين ارتكبوا الفعل أو الامتناع المكون للجريمة أو ضد الاثنين معاً. كما حصر المشرع العقوبات التي يمكن توقيعها على الشخص المعنوي في العقوبات سالفة الذكر أعلاه .

(1) محمود مصطفى ، المرجع السابق ، ص 137 .

(2) محمود سليمان موسى ، المرجع السابق ، ص 321 .

(3) شريف سيد كامل ، المرجع السابق ، ص 46 .

ونتيجة هجر نظرية الافتراض من جانب الفقه والقضاء، واعتبار الأشخاص المعنوية حقيقة قانونية واجتماعية، وتعدد أنواع الجرائم وتزايدها من طرف الأشخاص المعنوية، كالجرائم الواقعة على العلامات التجارية، واتجاه بعض التشريعات الأوروبية للاعتراف بمعاينة الشخص المعنوي في بعض الجرائم، رأى المشرع الهولندي ضرورة توسيع نطاق المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية والنص عليها صراحة في قانون العقوبات العام الصادر في 23 جويلية 1976⁽¹⁾. وبمقتضى هذا القانون أصبحت الأشخاص المعنوية مسؤولة عن العديد من الجرائم، منها جرائم الغش وخداع المتعاقد والمستهلك المنصوص عليها في المادة 239 من قانون العقوبات الهولندي .

أخيرا نستنتج أنه وفقا للتشريع الهولندي يمكن مساءلة الأشخاص المعنوية عن جميع الجرائم كالأشخاص الطبيعية، حيث تقوم المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي عن جرائم العلامات التجارية . إلا أنه توجد بعض الجرائم التي لا يتصور -بسبب طبيعتها- أن يرتكبها الشخص المعنوي، لهذا من الأفضل أن يحدد المشرع في كل نص تجريم الجريمة التي يمكن أن ترتكب من طرف الشخص المعنوي .

2 - التشريعات المكرسة للمسؤولية الجزائية للشخص المعنوي على سبيل الاستثناء :

إن القاعدة العامة في التشريع المصري هي عدم الاعتراف بالمسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية العامة والخاصة، ويبدو ذلك من خلال بعض التشريعات الخاصة التي تؤكد على مساءلة الشخص الطبيعي ممثل الشخص المعنوي فقط . إلا أنه تحت ضغط الظروف الاجتماعية والاقتصادية، اتجه المشرع في بعض الحالات إلى الاعتراف بالمسؤولية الجزائية للشخص المعنوي بالنسبة لجرائم كثيرة معظمها من الجرائم الاقتصادية وجرائم الغش التجاري ، فسمح بتوقيع العقوبة عليه استقلالا عن العقوبة التي توقع على ممثليه القانونيين .

أما القضاء المصري فقد سلك نفس مسلك التشريع المصري في البداية حيث لم يعترف بالمسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية ، وتطبيقا لذلك قضت محكمة النقض المصرية في حكم لها أن : " الأصل في الأشخاص المعنوية لا تسأل جزائيا عما يقع من ممثليها من جرائم أثناء قيامها بأعمالها ، على أن الذي يسأل هو مرتكب الجريمة شخصا " (2) .

لكن فيما بعد تراجع المشرع المصري عن موقفه واعترف بها في حالات استثنائية أين يرد بشأنها نص خاص . لأن القاعدة العامة في القانون المصري هي أن الشخص الطبيعي هو الذي يسأل جزائيا عن الجريمة التي اقترفها ولو باسم الشخص المعنوي ولحسابه . أي عدم مسؤولية الشخص المعنوي جزائيا عما يقع من ممثليه من جرائم أثناء قيامهم بأعمالهم لمصلحته، ويترتب على ذلك أن الدعوى الجزائية ترفع على الشخص الطبيعي دون الشخص المعنوي .

(1) Magdalena Catargiu, The Origins of Criminal Liability of Legal Persons – a Comparative Perspective - ,AGORA International Journal of Juridical Sciences ,No.3 (2013), p.27 .

(2) محكمة النقض ، نقض 6 فيفري 1993 ، مجموعة أحكام محكمة النقض المصرية ، ص 200 .

بهذا يكون قد اتفق كل من الفقه والتشريع والقضاء المصري على وجوب قصر مساءلة الشخص المعنوي على المسؤولية المدنية دون الجزائية ، وإلقاء عبء المسؤولية على الشخص مرتكب الجريمة أيا كانت صفته في الشخص المعنوي، حجتهم في ذلك أن المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية مسؤولية شاذة لا تتفق وأحكام قانون العقوبات فلا ضرورة لإقرارها.

لكن بالرجوع إلى الحالات الاستثنائية واستقراءها تتخذ المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي إحدى صورتين التاليتين : مسؤولية مباشرة أو مسؤولية غير مباشرة .

أ- المسؤولية الجزائية المباشرة للشخص المعنوي :

يقصد بالمسؤولية الجزائية المباشرة أو الشخصية أن يتحمل الشخص المعنوي وحده كامل المسؤولية الجزائية الناتجة عن التصرفات الصادرة باسمه، أي أن جريمة الغش التجاري تسند إليه وترفع عليه الدعوى ويحكم عليه بالجزاءات المقررة قانوناً⁽¹⁾.

أهم صور هذه المسؤولية في القانون المصري هي تلك المقررة في قانون قمع التدليس والغش رقم 48 لسنة 1941 ، التي استحدثها القانون رقم 281 لسنة 1994 ، حيث قرر المشرع في المادة 6 مكرر 1 من هذا القانون مسؤولية الشخص المعنوي جزائياً بصورة صريحة ومباشرة عن الجرائم التي ترتكب باسمه ولحسابه بواسطة أحد أجهزته أو ممثليه أو أحد العاملين لديه .

وهذا خلافاً لقانون الغش السابق الذي لا يعترف بها، وأن مسؤولية الشخص المعنوي لا تستبعد مسؤولية الشخص الطبيعي عن نفس الجريمة إذا توافرت شروطها فيه ، بل تضاف إليها لكي تضيفي المزيد من الحماية الجزائية للمستهلك ضد جرائم التدليس والغش التجاري⁽²⁾.

تتمثل أهم خصائص المسؤولية الجزائية المباشرة للأشخاص المعنوية في :

- أن الشخص المعنوي يسأل جزائياً عن جميع الجرائم المنصوص عليها في قانون قمع التدليس والغش، ويستوي أن تكون هذه الجريمة تامة أو شروعا، عمدية أو غير عمدية، وأن يتوفر الركن المادي والمعنوي في الجريمة المرتكبة من طرف الشخص الطبيعي وتتمثل هذه الجرائم في : الخداع أو الشروع في الخداع ، الغش أو الشروع فيه⁽³⁾.

كما يذكر جانب من الفقه إمكانية مساءلة الشخص المعنوي جزائياً عن مثل هذه الجرائم باعتبارها عمدية ، مستندا إلى أن القصد الجنائي يتطلب العلم والإرادة ، وهذه الأخيرة لا يمكن تصورهما إلا عند الشخص الطبيعي .

(1) راجع : مرفت عبد المنعم صادق ، الحماية الجنائية للمستهلك ، النسر الذهبي ، القاهرة ، 1999 ، ص 126 .

(2) راجع : علي عبد القادر القهوجي ، قانون العقوبات ، القسم العام، الدار الجامعية ، بدون مكان النشر، 1994 ، ص 34 .

(3) محمد عبد القادر عبودي ، المرجع السابق ، ص 120 .

- لا تستبعد مسؤولية الشخص المعنوي مسؤولية الشخص الطبيعي الذي ارتكب الجريمة باسم الشخص المعنوي ولحسابه سواء كان فاعلا أصليا أو شريكا، مما يعني أن المشرع اعترف بازدواج المسؤولية .
- لا يشترط لإقرار المسؤولية الجزائية المباشرة للشخص المعنوي، معرفة مرتكب الجريمة أو ضبطه على خلاف المسؤولية الجزائية غير المباشرة .
- تقوم المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي إذا ارتكبت الجريمة لحسابه أو باسمه بواسطة أحد أجهزته أو ممثليه أو أحد العاملين لديه . فتكون هنا المسؤولية شخصية، باعتبار أن الشخص الطبيعي مرتكب الجريمة ما هو إلا معبر عن إرادة الشخص المعنوي، فتتعد مسؤولية هذا الأخير على أساس أنه مرتكب الجريمة . كما يمكن أيضا أن يسأل الشخص المعنوي عن أفعال الأشخاص الطبيعيين .
- مما سبق نستنتج أن الشخص المعنوي يسأل جزائيا عن الجرائم الواقعة على العلامات التجارية. ويستوي أن تكون هذه الجريمة تامة أو شروعا، وأن يتوفر الركن المادي والمعنوي في الجريمة المرتكبة من طرف الشخص الطبيعي وتتمثل هذه الجرائم في : الخداع في العلامة التجارية أو الشروع في الخداع في العلامة التجارية ، الغش في العلامة التجارية أو الشروع فيه .
- وأن تكون جريمة الاعتداء على العلامة التجارية ارتكبت لحسابه أو باسمه بواسطة أحد أجهزته أو ممثليه أو أحد العاملين لديه .

ب- المسؤولية الجزائية غير المباشرة :

- تتحدد المسؤولية الجزائية غير المباشرة بالنظر إلى الجريمة التي يرتكبها أحد العاملين لدى الشخص المعنوي والتي يعاقب من أجلها . فلا يكفي لمساءلة الشخص المعنوي جزائيا أن تقع الجريمة من الشخص الطبيعي العامل لديه ، ما لم يحكم على هذا الأخير بالعقوبة .
- إن المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي غير مستقلة عن مسؤولية الشخص الطبيعي ، بل هي تابعة لها تدور معها وجودا وعدما . فإذا ارتكب الشخص الطبيعي الجريمة وقضي ببراءته بسبب توافر أحد أسباب الامتناع عن المسؤولية كالإكراه أو الجنون، انتفتت تبعا لذلك مسؤولية الشخص المعنوي⁽¹⁾ .
- نستنتج مما سبق أن المشرع المصري لم يكن ينص على المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية في قانون العقوبات، ولكن فيما بعد عدل عن موقفه وأصبح يقرها على غرار التشريعات المقارنة، وذلك استجابة للاعتبارات العملية والواقعية وفشل الجزاءات التقليدية في مواجهة الأخطار المتعاقبة لأنشطة الشخص المعنوي المختلفة . بالإضافة إلى عدم جدوى مساءلة الأشخاص الطبيعيين أحيانا وعدم توفر حماية جزائية حقيقية للمجتمع .

(1) محمد عبد القادر عبودي ، المرجع السابق ، ص 93 .

وهنا يمكن أن ينص المشرع المصري على المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية عن جرائم الاعتداء على العلامات التجارية في قانون حماية حقوق الملكية الفكرية، ويوسع من نطاقها محددًا شروط قيامها وإجراءات متابعتها .

ثانيا- موقف المشرع الجزائري من المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي

كان المشرع يطبق التشريع الفرنسي عقب السنوات الأولى من الاستقلال، إلا ما كان يتعارض مع السيادة الوطنية ، وبعد صدور قانون العقوبات لعام 1966 لم يغير من المواقف الأساسية التي قررها قانون العقوبات الفرنسي الصادر في 1810⁽¹⁾، فلم ينص على المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي صراحة بل التزم الصمت احتراماً لمبدأ شخصية العقوبة ، لأن الأشخاص المعنوية تسأل في حالات استثنائية مسؤولية مدنية، والشخص الوحيد الذي يمكن أن يكون محلاً للمسؤولية الجزائية هو الشخص الطبيعي فقط ؛ لكن بعض أحكام قانون العقوبات نصت بصورة ضمنية على هذه المسؤولية، ثم تلتها بعض النصوص الخاصة التي أقرتها بصورة صريحة وواضحة .

وبعد تعديل قانون العقوبات وقانون الإجراءات الجزائية عام 2004 ، نص المشرع صراحة على مسؤولية الشخص المعنوي تجاوباً مع التحولات السياسية والاقتصادية والاجتماعية للبلاد . وقد تم تكريس هذه المسؤولية بصورة واضحة في القانون العام كقبة التشريعات المقارنة الأخرى ، واتضحت معالمها أكثر في القوانين الخاصة التي جاءت فيما بعد . حتى نوضح موقف المشرع الجزائري من المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي، سنتعرض إلى موقفه من هذه المسؤولية قبل تعديل قانون العقوبات ، ثم سنتطرق لموقفه بعد تعديل قانون العقوبات سنة 2004 .

(1) راجع: سليم صمودي، المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي، دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري والفرنسي، دار الهدى، الجزائر، 2006، ص 21. مجودة أحمد، أزمة الوضوح في الإثم الجنائي في القانون الجزائري والقانون المقارن، دار هومة، الجزائر، 2000، ص 552 .

1- موقف المشرع الجزائري من المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي قبل تعديل قانون العقوبات :

تتميز هذه الفترة بتباين موقف المشرع الجزائري من المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي وعدم وضوحه، حيث رفض إقرارها بصورة مطلقة في المرحلة الأولى، ثم غير موقفه في المرحلة الثانية وذلك باعترافه بها جزئيا .

أ- مرحلة عدم الإقرار بالمسؤولية الجزائية للشخص المعنوي :

يجب الوقوف عند بعض النصوص التشريعية حتى نتبين موقف المشرع الجزائري من هذه المسؤولية وهي :

من خلال التدقيق في أحكام الأمر رقم 66-156 المتضمن قانون العقوبات⁽¹⁾، يتضح موقف المشرع الجزائري في عدم إقرار المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي، حيث جاءت أحكامه واضحة الدلالة واقتصر تطبيقها على الأشخاص الطبيعيين سواء من حيث التجريم أو العقاب . وبالرغم من أن المشرع نص على بعض العقوبات التي تفرض على الشخص المعنوي وتتلاءم وطبيعته ، إلا أنه لم ينص على إسناد التجريم له بصورة واضحة وصريحة ، بل كان يستبعد فكرة أن الشخص المعنوي يمكن أن يرتكب الجريمة أو تسند إليه .

لكن بالرجوع إلى المادة 9 بند 6 من الأمر المذكور أعلاه، نلاحظ أنه من ضمن العقوبات التكميلية التي نص عليها " حل الشخص الاعتباري" وذلك في مادة الجنایات والجنح . هذا الأمر دفع ببعض الفقه إلى الاعتقاد أن المشرع اعترف ضمنا بالمسؤولية الجزائية للشخص المعنوي ؛ إلا أن هذا الاعتقاد شكك فيه جانب آخر من الفقه⁽²⁾.

ولعل النص الذي يدل بأن المشرع قد احتاط للمسؤولية الجزائية للشخص المعنوي هو نص المادة 647 من قانون الإجراءات الجزائية 1966⁽³⁾، الذي فرض إنشاء سجل خاص لصحيفة السابق القضائية لقيود العقوبات التي يحكم بها على الشركات في الأحوال الاستثنائية . وكذا مديري الشركات فيما يتعلق بالجرائم المخالفة لقانون الشركات أو الغش التجاري كتقليد العلامات التجارية .

(1) أمر رقم 66-156 مؤرخ في 8 جوان 1966 يتضمن قانون العقوبات، المعدل والمتمم ، الجريدة الرسمية، عدد 49، صادر في 11 جوان 1966 .

(2) راجع : أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجنائي العام، الطبعة الثالثة ، دار هومة ، الجزائر، 2006، ص 217 .

(3) أمر رقم 66-155 مؤرخ في 8 جوان 1966، يتضمن قانون الإجراءات الجزائية، المعدل والمتمم، الجريدة الرسمية، عدد 48، صادر في 10 جوان 1966 .

وضعت هذه المادة أحكاما خاصة بتحرير بطاقات صحيفة السوابق القضائية للأشخاص المعنوية الخاصة بالشركات المدنية والتجارية، وذلك في الحالات الاستثنائية التي تصدر بشأنها نصوص خاصة توقع العقوبات الجزائية على هذه الأشخاص⁽¹⁾. ومن ثم نستنتج أن المشرع وضع الصحيفة بالرغم من عدم اعترافه بالمسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية .

يضاف إلى ذلك، أن المشرع عندما نص على جرائم الشركات في المواد من 800 إلى 840 من القانون التجاري لسنة 1975 المعدل و المتمم⁽²⁾، جعل من الشخص الطبيعي فاعلا ومرتكبا لهذه الجرائم. ولم ينص في هذه المواد على مسؤولية الشركة كشخص معنوي عن هذه الجرائم مع أن بعضها يتلاءم وطبيعته .

من خلال ما سبق، نلاحظ أن موقف المشرع فيما يتعلق بالمسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية كان غامضا وأحيانا أخرى غير مفهوم، ويرجع ذلك إلى الاقتباس الأعمى من التشريعات الأجنبية دون اتخاذ أي موقف ثابت وصريح لا يدع مجالاً للشك من الناحية العملية .

ب- مرحلة الإقرار الجزئي بالمسؤولية الجزائية للشخص المعنوي:

أصدر المشرع بعض النصوص التشريعية التي خرجت عن مبدأ عدم الاعتراف بالمسؤولية الجزائية للشخص المعنوي، وأقرها قبل أوانها سواء بصورة صريحة أو ضمنية، إلا أن كلا من قانون العقوبات والقضاء الجزائريين لم يكرسا هذه المسؤولية .

فالتشريعات الخاصة التي كرست المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي، عملت على فتح آفاق واسعة أمام قبولها في قانون العقوبات الجزائري . وهذا ما نتج عنه مشاكل عويصة من الناحية العملية بسبب الغموض والتناقض الذي يرد في النصوص القانونية والتردد في التطبيق الفعلي لها من جهة القضاء .

حيث أظهر الاجتهاد القضائي الجزائري في تعامله مع فكرة المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي تحفظاً كبيراً (يكاد يصل لدرجة تجاهلها)، وذلك بسبب عدم صراحة النصوص أحيانا وعدم الجراءة في وضع اللبنة الأولى في تكريس اجتهاد قضائي في الميدان، مما جعل عملية البحث عن أحكام وقرارات قضائية في هذا المجال صعبة جدا .

(1) عبد الرحمان خلفي، المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية عن جرائم تبييض الأموال (دراسة في التشريع الجزائري مع الإشارة إلى الفقه والتشريع المقارن)، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، العدد الثاني، 2011، ص18.

(2) أمر رقم 75-59 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون التجاري، المعدل والمتمم، الجريدة الرسمية، عدد 101، صادر في 19 ديسمبر 1975 .

2- موقف المشرع الجزائري من المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي بعد تعديل قانون العقوبات :
تراجع المشرع عن فكرة عدم الاعتراف بالمسؤولية الجزائية للشخص المعنوي في تعديل قانون العقوبات الصادر في 10 نوفمبر 2004⁽¹⁾، وذلك بسبب زيادة عدد الأشخاص المعنوية واتساع دائرة نشاطها وتزايد أخطائها ومخاطرها .

تماشيا مع التطورات الاقتصادية والاجتماعية الحاصلة في المجتمع على المستوى الداخلي، وأمام انتصار دعاة المؤيدين لهذه المسؤولية خاصة في ظل ظهور الإجرام الاقتصادي وتضاعفه، أقر المشرع المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية بصورة صريحة لأول مرة على الجرائم التي ترتكب باسمها ولحسابها من طرف أجهزتها أو ممثليها الشرعيين، محددًا العقوبات التي تطبق عليها طبقا لوصف الجريمة .

فصت المادة 51 مكرر من قانون العقوبات 2004 المعدل والمتمم على ما يلي : " باستثناء الدولة والجماعات المحلية والأشخاص المعنوية الخاضعة للقانون العام، يكون الشخص المعنوي مسؤولا جزائيا عن الجرائم التي ترتكب لحسابه من طرف أجهزته أو ممثليه الشرعيين عندما ينص القانون على ذلك .

إن المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي لا تمنع مساءلة الشخص الطبيعي كفاعل أصلي أو كشريك في نفس الأفعال " .

تبدو خصوصية وأهمية هذا النص من خلال وضع المشرع ضوابط لهذه المسؤولية ،
ويتطبيق هذه الأحكام العامة على جرائم الاعتداء على العلامات التجارية ، وهي تتمثل في :

أ- تحديد الأشخاص المعنوية المسؤولة جزائيا (الأشخاص المعنوية الخاصة) .
ب- المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي مسؤولية مشروطة ، يجب أن ترتكب جرائم العلامات التجارية من طرف أجهزته أو ممثليه ولحسابه .

ج- المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي محصورة في الحالات التي ينص عليها التشريع .
د- إن المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي لا تستبعد مسؤولية الشخص الطبيعي سواء كان فاعلا أصليا أو شريكا عن نفس الأفعال .

ما يمكن ملاحظته في هذا التعديل، أن المشرع نص على الجنایات والجنح التي يسأل جزائيا عنها الشخص المعنوي دون المخالفات، بالرغم من أنه نص في المادة 18 مكرر 1 من قانون العقوبات على العقوبات التي تطبق عليه إذا كان وصف الجريمة مخالفة .

(1) قانون رقم 04-15 مؤرخ في 10 نوفمبر 2004 ، يعدل ويتمم الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 8 جوان 1966 ، والمتضمن قانون العقوبات، الجريدة الرسمية ، عدد 71، صادر في 10 نوفمبر 2004.

وبذلك يكون تعديل قانون العقوبات لسنة 2004 قد مس مجال التجريم والعقاب من خلال استحداث نصي المادتين 18 مكرر و18 مكرر 1 .

ما يلاحظ من خلال نصوص قانون العقوبات ، أن المشرع لم يترك الخيار للقضاة لتحديد الحد الأدنى والحد الأقصى للغرامة المقررة للشخص الطبيعي على الجريمة نفسها ، ولكن هذا يفتح المجال للنزول بالغرامة إلى مبالغ بسيطة، تفقد الغرامة وظيفتها وفعاليتها⁽¹⁾ .

وبمقتضى تعديل قانون العقوبات الصادر في 20 ديسمبر 2006⁽²⁾، تدارك المشرع بعض النقائص التي غفل عنها في تعديل قانون العقوبات لسنة 2004 . فأضاف المادتين 18 مكرر 2 و18 مكرر 3 في الباب الأول مكرر المتضمن العقوبات المطبقة على الأشخاص المعنوية .

كما أنه وسع من نطاق التجريم ، وأضاف جرائم أخرى إلى جانب تلك الجرائم المنصوص عليها في قانون العقوبات لسنة 2004 المعدل والمتمم ، وذلك بمقتضى المادة 96 مكرر من قانون العقوبات لسنة 2006 المعدل والمتمم التي نصت على أنه : " يمكن قيام المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي في الجرائم المحددة في هذا الفصل وذلك حسب الشروط المنصوص عليها في المادة 51 مكرر من هذا القانون " .

نص المشرع في قانون العقوبات لسنة 2006 على المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي في جرائم الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية في المادة 435 مكرر، حيث يكون الشخص المعنوي مسؤولاً جزائياً عن الجرائم المعرفة في المواد 429 إلى 434 ، وذلك طبقاً للشروط المنصوص عليها في المادة 51 مكرر من هذا القانون .

في تعديل قانون العقوبات لسنة 2009⁽³⁾، أضاف المشرع جرائم أخرى يصبح فيها الشخص المعنوي مسؤولاً جزائياً إذا توافرت مجموعة من الشروط المنصوص عليها في هذا القانون .

وإلى جانب النصوص الموضوعية أفرد تعديل 2004 نصوصاً إجرائية تتعلق بكيفية متابعة الشخص المعنوي الخاص جزائياً من طرف النيابة العامة وكذا إجراءات التحقيق والمحاكمة .

(1) راجع : محمد محدة، المسؤولية الجنائية للشخص المعنوي، مجلة المفكر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة ، العدد الأول ، مارس 2006 ، ص 50.

(2) قانون رقم 06-23 مؤرخ في 20 ديسمبر 2006 ، يعدل ويتم الأمر رقم 66-156 ، المؤرخ في 8 جوان 1966 ، المتضمن قانون العقوبات ، الجريدة الرسمية ، عدد 84 ، صادر في 24 ديسمبر 2006 .

(3) قانون رقم 09-01 المؤرخ في 21 فيفري 2009 يعدل ويتم الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 8 جوان 1966 ، المتضمن قانون العقوبات ، الجريدة الرسمية ، عدد 15 ، صادر في 8 مارس 2009 .

وتماشيا مع هذه التعديلات أورد القانون رقم 04-14 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية⁽¹⁾ أساليب متابعة الشخص المعنوي جزائيا، وجعلها مشابهة لإجراءات متابعة الشخص الطبيعي، إلا ما تم تخصيصه بنص خاص وذلك في المواد 65 مكرر إلى 65 مكرر 4 .

أما من حيث الاختصاص المحلي ، تكون الجهة القضائية المختصة محليا بمتابعة الشخص المعنوي في جريمة تقليد علامة تجارية هي الجهة التي يقع بدائرة اختصاصها مكان ارتكاب جريمة التقليد أو مكان وجود المقر الاجتماعي للشخص المعنوي كأصل عام، غير أنه في حالة متابعة أشخاص طبيعية في الوقت نفسه مع الشخص المعنوي، تختص الجهات القضائية المرفوعة أمامها دعوى الأشخاص الطبيعية بمتابعة الشخص المعنوي هذا وفقا لما نصت المادة 65 مكرر 1 من قانون الإجراءات الجزائية رقم 04-14 المعدل والمتمم .

يتم تمثيل الشخص المعنوي في إجراءات الدعوى بواسطة ممثله القانوني الحامل لهذه الصفة عند المتابعة، والذي يخول له القانون أو القانون الأساسي للشخص المعنوي تفويضا لتمثيله؛ وإذا تغير الممثل القانوني أثناء سير الإجراءات يبلغ ذلك إلى الجهة القضائية المرفوعة أمامها الدعوى⁽²⁾ .

وإذا تمت متابعة الشخص المعنوي ومثله القانوني جزائيا في الوقت نفسه أو إذا لم يوجد أي شخص مؤهل لتمثيله، يعين رئيس المحكمة بناء على طلب النيابة العامة ممثلا عنه من ضمن مستخدمي الشخص المعنوي⁽³⁾ .

كما أعطى هذا التشريع لقاضي التحقيق سلطات بالغة الأهمية في مواجهة الشخص المعنوي المتابع جزائيا بأن مكنه من إخضاعه إلى بعض التدابير مثل إيداع كفالة أو تقديم تأمينات عينية لضمان حقوق الضحية أو المنع من ممارسة بعض النشاطات المهنية أو الاجتماعية⁽⁴⁾ .

وبعد هذه التعديلات صدرت عدة قوانين خاصة اهتمت بصورة واضحة بمسؤولية الشخص المعنوي، أهمها : قانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش⁽⁵⁾ .

(1) قانون رقم 04-14 مؤرخ في 10 نوفمبر 2004، يعدل ويتم الأمر رقم 66-155 المؤرخ في 8 جوان 1966 ، والمتضمن قانون الإجراءات الجزائية ، المعدل والمتمم ، الجريدة الرسمية ، عدد 71 ، صادر في 10 نوفمبر 2004 .

(2) المادة 65 مكرر 2 من قانون الإجراءات الجزائية .

(3) المادة 65 مكرر 3 من قانون الإجراءات الجزائية .

(4) عبد الرحمان خلفي ، المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية عن جرائم تبييض الأموال، المرجع السابق، ص 24 .

(5) قانون رقم 09-03 المؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق ل 25 فيفري سنة 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، الجريدة الرسمية ، عدد 15 ، صادر في 11 ربيع الأول عام 1430 الموافق ل 8 مارس 2009 .

إن إقرار المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي في ظل قانون رقم 09-03 يعد اعترافا واضحا من طرف المشرع الجزائري بخطورة الجرائم المرتكبة في نطاق قانون حماية المستهلك، وبالنتيجة تعد هذه المسؤولية وسيلة فعالة لحماية المستهلك من مخاطر العلامات والسلع المغشوشة، الناتجة عن أفعال الغش والخداع التي يرتكبها بواسطة أحد تابعيه، خارقا بذلك الالتزام القانوني الملقى على عاتقه. وضمانا لحماية أكثر فعالية لسلامة المستهلك من الخداع والغش في العلامات والسلع المعروضة من طرف الشخص المعنوي، نص المشرع في القانون رقم 09-03 على عقوبات جزائية صارمة في حالة مخالفة نصوصه القانونية وذلك في الفصل الثاني من الباب الرابع تحت عنوان "المخالفات والعقوبات"، كما أنه أكثر من عقوبة الغرامة بشكل ملحوظ باعتبارها مناسبة لهذا النوع من الجرائم، وملائمة لامتنصاص الربح غير المشروع المحقق من طرف الشخص المعنوي .

كما اعتمد المشرع على نظام تشديد عقوبة الغرامة في حالة العود، حيث نص على مضاعفتها⁽¹⁾، وذلك حتى يلتزم الشخص المعنوي بالمقاييس والمواصفات القانونية التي يجب أن تتوفر في العلامات والسلع والبضائع المعروضة في السوق، ويشرف على رقابتها ومطابقتها للقانون بصفة شخصية أو بواسطة مستخدمين متخصصين .

أضاف المشرع عقوبة أخرى لا تقل أهمية عن عقوبة الغرامة وهي مصادرة العلامات والسلع والأدوات وكل وسيلة أخرى استعملت لارتكاب الجرائم المنصوص عليها في القانون⁽²⁾ ، كجرائم الاعتداء على العلامات التجارية .

(1) المادة 85 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش .

(2) المادة 82 من قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش .

4- استبعاد الأشخاص المعنوية العامة من المسؤولية الجزائية في جرائم العلامات التجارية:

تعرف الأشخاص المعنوية العامة بأنها هيئات تقوم بتحقيق مصالح تهم المجتمع كله أجزءاً منه ، بحيث تعد هذه المصالح من اختصاص السلطة العامة (1).

وفي هذا السياق نصت المادة 49 من القانون المدني الجزائري (2) على الأشخاص المعنوية العامة وهي تنقسم إلى قسمين هما (3): أشخاص معنوية عامة كالدولة ، والوحدات الإدارية التي تنبثق عنها بدرجاتها المختلفة كالولاية والبلدية ، وأشخاص معنوية عامة مرفقية كالمؤسسات التي تتخصص بنوع معين من النشاط أو بمرفق محدد من المرافق (4).

حاول الفقه تبرير عدم جواز مساءلة الدولة جزائياً استناداً إلى مبدأ سيادة الدولة ، وذلك أن انحصر السلطات في يد الدولة على المستوى الداخلي وما يترتب عنه من نتائج، يجعل مسألة مؤاخذة الدولة جزائياً أمراً مستبعداً ومستحيل التطبيق .

وهذا ما أدى إلى إجماع الفقه على رفض المسؤولية الجزائية للدولة ، ويمثل الاتجاه الغالب الذي يرى أن الدولة لا يمكن أن تكون موضوعاً للقانون الجنائي (5).

(1) راجع: محمود داود يعقوب ، المسؤولية في القانون الجنائي الاقتصادي، دراسة مقارنة بين القوانين العربية والقانون الفرنسي، الطبعة الأولى ، منشورات الحلبي ، لبنان، بدون سنة نشر، ص 246 .

(2) الأمر رقم 75- 58 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم، الجريدة الرسمية ، عدد 78، صادر بتاريخ 30 سبتمبر 1975 .

(3) في هذا السياق نصت المادة 49 من القانون المدني الجزائري على : " أن الأشخاص الاعتبارية هي : الدولة، الولاية، البلدية، المؤسسات العمومية ذات الطابع الإداري ، الشركات المدنية والتجارية، الجمعيات والمؤسسات ، الوقف وكل مجموعة من أشخاص أو أموال يمنحها القانون شخصية قانونية " .

(4) فرج صالح الهريش، جرائم تلويث البيئة ، الطبعة الأولى، المؤسسة الفنية للطباعة والنشر، القاهرة ، 1998 ، ص 409.

(5) V : Amara Saoud, La responsabilité pénale de la personne morale, Mémoire de mastère en droit social , Faculté de Droit , Université de Sfax, Tunisie , 2008-2009, p.58 . Bernard Ferrier, Une grave lacune de notre démocratie l'irresponsabilité pénale des personnes administrative , Revue de science criminelle , 1983, p.397 .

راجع : مطيع منصور كنعان ، مسؤولية الشخص المعنوي في القانون الجزائري الاقتصادي ، مذكرة الدراسات المعمقة في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تونس، المنارة، 2000-2001، ص18. محمود هشام محمد رياض، المسؤولية الجنائية للشخص المعنوي، دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه ، كلية الحقوق، جامعة القاهرة ، 2000 ، ص 111.

إلا أن الاتجاه المعارض لمبدأ عدم قيام المسؤولية الجزائية للدولة يرى أن فكرة السيادة كأساس لانقضاء المسؤولية الجزائية للدولة فكرة منقّدة وغير مقبولة، ذلك أن فكرة السيادة ابتدعها البرلمان الفرنسي لاستبعاد المسؤولية المدنية للسلطة العامة أي الدولة، بالرغم من أنه تم مساعلتها مدنيا دون أن يؤثر ذلك على سيادتها. هذا من جهة، ومن جهة ثانية، يخضع أعضاء الدولة ونشاطاتها للرقابة الدستورية ولجزاءات من طرف المحاكم القضائية⁽¹⁾.

يعتقد أغلب الفقه، أن استبعاد الدولة من نطاق المسؤولية الجزائية يستند إلى أن الدولة هي التي تحتكر حق العقاب، وتتولى حماية المصالح الاجتماعية والفردية. وهي التي تسهر على تطبيق القانون ومعاقبة المجرمين، لذا من غير المتصور منطقيا أن توقع العقوبة على نفسها⁽²⁾.

إلا أن بعض الفقه⁽³⁾ يرى أن احتكار الدولة سلطة العقاب لا يستوجب معاقبتها، فالدولة القانونية تفرض على نفسها عادة نوعا من الرقابة الذاتية، وبالتالي ليس هناك ما يمنع من أن يكون هناك عقاب ذاتي تطبقه الدولة على نفسها.

لقد ترتب على ذلك صدور العديد من التشريعات الجزائية، التي استبعدت صراحة مسؤولية الدولة الجزائية⁽⁴⁾.

أما عن المشرع الجزائري، فقد نص في تعديل قانون العقوبات رقم 23/06 والصادر بتاريخ 2006/12/20 على المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي في نص المادة 51 مكرر. ويمكن أن ندرج من خلال هذه المادة الملاحظات التالية :

(1) Jean-Claude Plaque , La détermination de la personne morale pénalement responsable , Thèse de doctorat en droit , Faculté des sciences juridiques , politiques et sociales , Ecole doctorale des sciences juridiques , politiques économiques et de gestions, Paris , 2000 , p.76.

(2) شريف سيد كامل، تعليق على قانون العقوبات الفرنسي الجديد الصادر سنة 1992 والمعمول به منذ أول مارس 1994، القسم العام، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة، 1998، ص 108.

(3) Etienne Picard , Les personnes morales de droit public la responsabilité pénale des personnes morales de droit public : Fondements et champ d'application , Revue des sociétés , édition Dalloz , Paris , Janvier – Mars 1993 , p.276.

(4) راجع : محمد عبد الرحمان بوزير، المسؤولية الجنائية للأشخاص الاعتباريين عن جرائم غسل الأموال، دراسة تأصيلية مقارنة للقانون رقم 35 لسنة 2002 بشأن مكافحة عمليات غسل الأموال، مجلة الحقوق، جامعة الكويت، العدد 3، سبتمبر 2004، ص 29.

- لقد استثنى المشرع من المساءلة الجزائية للشخص المعنوي الدولة والجماعات المحلية والأشخاص المعنوية العامة .
- وبالتبعية يكون قد اقتصر المسؤولية الجزائية على الأشخاص المعنوية الخاضعة للقانون الخاص فقط كالشركات التجارية والمدنية والمؤسسات الخاصة .
- لا تمنع المساءلة الجزائية للشخص المعنوي من مساءلة الشخص الطبيعي سواء باعتباره فاعلا أصليا أو شريكا .
- كما نص قانون العقوبات الفرنسي في مادته 121-2 الفقرة الأولى⁽¹⁾ على أن جميع الأشخاص المعنوية مسؤولة جزائيا، باستثناء الدولة سواء كانت هذه الأشخاص من أشخاص القانون العام أو من أشخاص القانون الخاص، وسواء كان الغرض منها تحقيق الربح كالشركات المدنية والتجارية ، أو لا تهدف إلى تحقيق الربح كالجمعيات والأحزاب السياسية والنقابات .
- أما بقية الأشخاص المعنوية العامة فتعتبر أدوات ووسائل تعتمد عليها الدولة للتدخل في الحياة الاقتصادية والاجتماعية، فهي تتمتع بشخصية قانونية مستقلة عن شخصية الدولة . والمقصود بهذه الأشخاص: الولاية ، البلدية والوحدات الإقليمية الأخرى وأشخاص معنوية عامة مرفقية⁽²⁾.
- والمشرع الجزائري بالرغم من أنه اعترف بالمسؤولية الجزائية للشخص المعنوي إلا أنه استثنى صراحة الدولة والجماعات المحلية والأشخاص المعنوية العامة الخاضعة للقانون العام من المسؤولية الجزائية بنص المادة 51 مكرر من قانون العقوبات⁽³⁾. وهذا يعني أنه لا تقوم المسؤولية الجزائية للجماعات المحلية والأشخاص المعنوية العامة في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية .
- بالرجوع إلى نص المادة 121-2 من قانون العقوبات الفرنسي ؛ فالمبدأ، أن المشرع أخرج من نطاق المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية العامة ، كلا من الدولة والهيئات الإقليمية الأخرى كالبلدية والولاية وتجمعاتها، مع الإبقاء على إمكانية مساءلة الأشخاص المعنوية العامة الإقليمية في شخص موظفيها⁽⁴⁾.

(1) V: Code pénal Français , 109 édition , Dalloz ,Paris , 2012 .

(2) رياض فرحاتي ، العقوبة في القانون الجنائي الاقتصادي ، مذكرة الدراسات المعمقة ، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تونس ، 1996-1997 ، ص 62 .

(3) راجع : عمر سالم ، المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية وفقا لقانون العقوبات الفرنسي الجديد ، الطبعة الأولى ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 1995 ، ص 23 .

(4) Etienne Picard , op. cit , P.271 .

إن التجمعات المحلية تسأل جزائيا طبقا لأحكام الفقرة الثانية من المادة 121-2 من قانون العقوبات الفرنسي لكن في حدود ضيقة ، حيث تم حصر هذه المسؤولية في الجرائم التي ترتكب بمناسبة مزاولتها لأنشطة مرفق عام يمكن أن تفوض الغير في إدارته عن طريق الاتفاق⁽¹⁾.

فالهيئات المحلية وتجمعاتها لا تخضع للمسؤولية الجزائية إلا عن الجرائم التي تقع أثناء ممارسة أنشطة قابلة لأن تكون موضوع اتفاقيات تفويض للخدمة العامة⁽²⁾.

وبناء عليه إذا ارتكب القائمون على إدارة هذه الهيئات والممثلون لإرادتها جريمة كجريمة تقليد العلامات التجارية مثلا، فإنها تقع تحت طائلة القانون الجنائي وتحمل المسؤولية الجزائية عنها. وما يبرر هذه المسؤولية، أنها تقوم بنشاطات اقتصادية واجتماعية ومصرفية وتجارية وغير ذلك من الأعمال التي يمكن أن يصاحبها من أفعال إجرامية⁽³⁾.

تأسيسا على ما سبق يمكن القول أنه لا يمكن قيام المسؤولية الجزائية للدولة والجماعات المحلية والأشخاص المعنوية العامة في جرائم العلامات التجارية. وإنما تقتصر فقط على الأشخاص المعنوية الخاضعة للقانون الخاص فقط كالشركات التجارية والمدنية والمؤسسات الخاصة ... وغيرها .

بناء على ما تقدم يعتقد أن استبعاد الدولة من نطاق المساءلة الجزائية في جرائم العلامات التجارية هو أمر سائغ ومقبول، ذلك أن الدولة وإن كانت شخصا معنويا عاما إلا أن طبيعتها متميزة عن سائر الأشخاص المعنوية العامة الأخرى بما تتمتع به من حقوق السيادة واحتكار حق توقيع العقاب وبما تتفرد به من وظائف واختصاصات عن غيرها، كما أن بعض العقوبات الجزائية كالحل والوقف لا يجوز توقيعها على الدولة وإلا عد ذلك هدمًا للمجتمع كله أو مساسا بالغ الخطورة به هذا من جهة، أما من الجهة الأخرى فإن عقوبتي الحل والإيقاف لا يجوز إنزالهما بأي شخص قانوني إلا بناء على قانون - إعمالا لمبدأ الشرعية الجزائية - .

(1) محمد حسن الكندري ، المسؤولية الجزائية عن التلوث البيئي ، رسالة دكتوراه في الحقوق ، كلية الحقوق ، جامعة عين شمس ، 2005 ، ص 177 .

(2) Harald Renout , Droit pénal général , édition Paradigme Orléans , 2011-2012 , p.175. Patrik Kolb , Laurence Leturmy , Droit pénal général , Les grands principes L'infraction - L'auteur - Les peines , 6^{ème} édition , Gualino , Lextenso , Paris , 2011-2012 , p.172. Martine Herzog-evans , Gildas Roussel , Droit pénal général , 3^{ème} édition , Vuibert, Paris , Juin 2011 , p.197. Marie -Christine Sordino , Droit pénal général , Ellipses , Paris , 2002 , p.115.

(3) راجع : محمد أحمد سلامة الشروش ، المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية ، دراسة مقارنة ، رسالة ماجستير ، جامعة مؤتة ، 2006 ، ص 50.

كما أن السلطة القضائية التي أسندت إليها المحاكمات الجنائية وإنزال العقوبات الجزائية على مرتكبي الجرائم هي إحدى السلطات الثلاث للدولة، ومن ثم فإنها إذا قضت بعقوبة الحل على الدولة فإن ذلك معناه هدم الدولة بكافة سلطاتها الثلاث . إضافة إلى ذلك أن هذه السلطة ليست أعلى من الدولة لتتولى معاقبتها .

وإذا كان الإجماع مبدئياً منعقداً على استبعاد الأشخاص المعنوية العامة من المسؤولية الجزائية ، لأن ذلك يتعارض مع بعض المبادئ الأساسية في القانون العام ويتناقض مع قواعد العدالة، فإن خضوع الأشخاص المعنوية الخاصة لهذه المسؤولية بات أمراً ضرورياً نظراً لما تلجأ إليه في ممارسة نشاطها من وسائل غير مشروعة تشكل خطراً على المجتمع، وتظهر هذه الخطورة في ارتكابها عدة جرائم تتخذ أشكالاً مختلفة تتطور تبعا لتطور وسائلها من أبرزها جرائم الاعتداء على العلامات التجارية .

المطلب الثاني

إسناد المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية الخاصة في جرائم العلامات التجارية

لم يكن الخلاف قائما بشأن الأشخاص المعنوية الخاصة، باعتبارها المخاطبة بأحكام القانون الجزائي، لكنه ثار بشأن الأشخاص المعنوية العامة التي تقوم على فكرة السلطة العامة وتزاول نشاطها انطلاقا من فكرة المرفق العام لتقديم الخدمات العامة . لذلك فإن البحث في مسؤوليتها الجزائية قد يبدو متعارضا مع المكانة الخاصة التي تتمتع بها هذه الأشخاص .

اتجه الفقهاء إلى تعريف الأشخاص المعنوية الخاصة بأنها مجموعات الأموال أو جماعات الأشخاص التي تخضع في تنظيمها لقواعد القانون الخاص بفرعيه المدني والتجاري ، فالقانون الخاص هو الذي ينظم كافة أمورها من حيث الوجود والتنظيم والنشاط كما أنها تخضع في روابطها لقواعد وأحكام ومبادئ هذا القانون⁽¹⁾.

وقد أورد المشرع الجزائري الأشخاص المعنوية العامة والخاصة معا على سبيل التعداد في المادة 49 من القانون المدني ، وذلك بقولها أن : " الأشخاص الاعتبارية هي :

- الدولة ، الولاية ، البلدية ،
- المؤسسات العمومية ذات الطابع الإداري ،
- الشركات المدنية والتجارية ،
- الجمعيات والمؤسسات ،
- الوقف ،
- كل مجموعة من أشخاص أو أموال يمنحها القانون شخصية قانونية " (2) .

(1) راجع : محمد الشافعي أبو راس ، الوسيط في القانون الإداري ، دراسة مقارنة ، مكتبة النصر ، الزقازيق ، 1988 ، ص 155 .

(2) القانون رقم 05-10 المؤرخ في 13 جمادى الأولى عام 1426 الموافق ل 20 يونيو سنة 2005 يعدل ويتم الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق ل 26 سبتمبر سنة 1975 والمتضمن القانون المدني ، المعدل والمتمم.

من خلال هذا النص نستنتج أن الأشخاص المعنوية الخاصة تنقسم إلى ثلاثة أنواع وهي:

أ- **الجمعيات** : هي كل جماعة ذات تنظيم تقوم بقصد تقديم خدمات أو تحقيق أغراض معينة، ولا تسعى إلى تحقيق ربح مادي وتوزيعه على أعضائها كالجمعية الخيرية والعلمية والثقافية (1).

ب- **المؤسسات الخاصة** : هي مجموعة من الأموال يمنحها المشرع الشخصية المعنوية لتباشر نشاطها ، دون قصد إلى تحقيق ربح مادي وبشرط عدم تعارض نشاطها مع النظام العام والآداب العامة (2).

ت- **الشركات** : هي مجموعة من الأشخاص الطبيعية والاعتبارية تساهم في نشاط مشترك بتقديم حصة من عمل أو مال أو نقد ، بهدف اقتسام الربح الذي قد ينتج أو تحقيق اقتصاد أو بلوغ هدف اقتصادي ذي منفعة مشتركة (3).

ومن المسلم به في التشريعات التي تقرر المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية ، أن جميع الأشخاص المعنوية الخاصة تخضع للمساءلة الجزائية، أيا كان الشكل الذي تتخذه أو الغرض من إنشائها، سواء كانت تهدف إلى تحقيق الربح كالشركات التجارية والمدنية أو لا تسعى إلى ذلك كالجمعيات، وبغض النظر عن جنسية الشخص المعنوي مرتكب الجريمة (4).

(1) راجع : كمال محمد أبو سريع ، الشركات التجارية في القانون التجاري، شركات الأشخاص ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 1990 ، ص 15 .

(2) محمد الشافعي أبو راس ، الإدارة العامة ، مكتبة النصر، الزقازيق ، 1990-1991 ، ص 48 .

(3) سعيد بن علي منصور الكريديس، جرائم الشركات التجارية في قوانين دول مجلس التعاون الخليجي، رسالة دكتوراه، كلية الدراسات العليا، قسم العدالة الجنائية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2009، ص 55 . محمد بن براك الفوزان، الأحكام العامة للشركات ، دراسة مقارنة ، الطبعة الأولى، مكتبة القانون والاقتصاد للنشر والتوزيع ، الرياض، 2014 ، ص 21 .

(4) Yves Guyon , Les personnes morales de droit privé , quelles sont les personnes morales de droit privé susceptible d'encourir une responsabilité pénale , Revue des societies , édition Dalloz , Paris , Janvier /Mars 1993 , p.235.

كما يشترط في المجموعة المنسوبة إليها جريمة تقليد العلامة التجارية أوتزويرها أن تتمتع بالشخصية المعنوية في جميع الحالات⁽¹⁾. وفي حالة ارتكابها لهذه الجريمة وهي لا تتمتع بهذه الشخصية كمجموعة الشركات الفعلية ، شركات المحاصة ، فيسأل عنها فقط الشخص الطبيعي الذي ارتكبها . ويبرر الفقه خضوع جميع الأشخاص المعنوية الخاصة للمساءلة الجزائية ، لمبدأ المساواة أمام القانون ، وإزالة الفوارق بين الأشخاص المعنوية والأشخاص الطبيعية في الخضوع للقانون . استنادا لما سبق يمكن القول أنه حتى تتحقق المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية الخاصة عن جرائم العلامات التجارية يجب أن تتوفر مجموعة من الشروط حددها المشرع الجزائري في نص المادة 51 مكرر من قانون العقوبات .

يتوقف نجاح مبدأ المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية على رسم حدود له من حيث تحديد الأشخاص المعنوية الخاصة الخاضعة لهذه المسؤولية .

لهذا سنتناول شروط قيام المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي في جرائم العلامات التجارية (الفرع الأول) ثم نحدد المسؤولية الجزائية للشركات في جرائم العلامات التجارية (الفرع الثاني) ثم المسؤولية الجزائية عبر مراحل الشخص المعنوي الخاص في جرائم العلامات التجارية (الفرع الثالث) .

⁽¹⁾ V : Thierry Delmaso , Responsabilité pénale des personnes morales , Evaluation des risques et stratégie de défense , édition EFE , Paris , 1996 , p.10.

الفرع الأول : شروط قيام المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي في جرائم العلامات التجارية
 لقد أصبحت المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي تمثل حقيقة تشريعية ، فهي ليست مطلقة بل مسؤولية مشروطة ، يتعين لقيامها توافر عدة شروط تختلف من تشريع لآخر.
 وما دام الشخص الطبيعي هو الذي يعبر ويجسد إرادة الشخص المعنوي، يتصرف باسم ولحساب هذا الأخير، فإن أي فعل يصدر من الشخص الطبيعي معبرا بذلك عن إرادة الشخص المعنوي، فكأنه قد صدر من هذا الأخير. مما يجعل قيام مسؤولية الشخص المعنوي مرهون مبدئيا بقيام مسؤولية الشخص الطبيعي المتمثل في أعضائه أو ممثليه وهذا ما يطلق عليه ازدواج المسؤولية.
 نصت معظم التشريعات المقارنة محل الدراسة على شروط قيام المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي، أولا أن تكون الأشخاص المعنوية محل المساءلة الجزائية أشخاصا معنوية خاصة، ثانيا أن يكون الفعل الإجرامي قد ارتكب من طرف أحد أعضاء أو ممثلي الشخص المعنوي، ثالثا أن يكون ذلك الفعل قد ارتكب باسم أولحساب الشخص المعنوي أو بإحدى وسائله .

أولا - أن تكون الأشخاص المعنوية محل المساءلة الجزائية أشخاصا معنوية خاصة

لقد نص المشرع الجزائري على المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي في نص المادة 51 مكرر من قانون العقوبات حيث استثنى من المساءلة الجزائية للشخص المعنوي الدولة والجماعات المحلية والأشخاص المعنوية العامة⁽¹⁾. وبالتبعية يكون قد اقتصر المسؤولية الجزائية على الأشخاص المعنوية الخاضعة للقانون الخاص فقط كالشركات التجارية والمدنية والمؤسسات الخاصة .
 وبتطبيق هذه الأحكام العامة المنصوص عليها في التشريع العام يمكن القول أنه لا تقوم المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية العامة في جرائم العلامات التجارية وإنما تقتصر هذه المسؤولية على الأشخاص المعنوية الخاصة فقط .

(1) كما نصت المادة 121 - 2 من قانون العقوبات الفرنسي على ما يلي : " فيما عدا الدولة ، تسأل الأشخاص المعنوية جزائيا وفقا للقواعد الواردة في المواد من 121 - 4 إلى 121-7 عن الجرائم التي ترتكب لحسابها بواسطة أجهزتها أو ممثليها " .

ثانيا - ارتكاب الجريمة من طرف الممثل الشرعي أو أحد أجهزة الشخص المعنوي الخاص

يشترط المشرع الجزائري في نص المادة 51 مكرر من قانون العقوبات لقيام مسؤولية الشخص المعنوي أن يرتكب الفعل الإجرامي من طرف أجهزته أو ممثله الشرعي ويقصد بذلك الشخص الذي يملك سلطة ممارسة نشاط الشخص المعنوي باسمه مثل المدير أو رئيس مجلس الإدارة . كما اشترط المشرع الفرنسي في المادة 121-2 الفقرة الأولى من قانون العقوبات لقيام المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي أن ترتكب الجريمة من طرف أحد أعضائه .

اتفق كل من المشرع الجزائري والفرنسي على أن الشخص المعنوي لا يسأل جزائيا إلا عن الأفعال الإجرامية التي تأتيها أجهزته أو ممثليه، ولا تثار مسؤوليته عن الأفعال التي يرتكبها من لا يملك صفة تمثيله حتى وإن كان ذلك لحسابه، لكن اختلفا في الصياغة التي وردت بها عبارة "الممثلين" ، حيث استعمل المشرع الجزائري عبارة " ممثلين شرعيين" في حين استعمل المشرع الفرنسي عبارة " ممثليه" .

يعد مصطلح " الممثل " أوسع من مصطلح " ممثل شرعي"، فكلمة " ممثل " لا تعني الممثل القانوني فحسب بل تتجاوز هذا لتشمل المدير الإداري المؤقت، كما يمكن أن يكون رئيس المؤسسة أو الشركة ممثلا لها، حيث يوكله الأعضاء بمهمة تسيير وتمثيل المؤسسة دون أن يشكل في ذاته جهازا من أجهزة الشخص المعنوي (1) .

ويمكن للممثل أن يكون وكيلًا خاصًا لا ينتمي أساسًا للشركة التي وكلته بتمثيلها ، كما يمكن أن يكون شخصا يتمتع بتفويض الاختصاص (تفويض التمثيل) طبقا لنص المادة 121-2 من قانون العقوبات الفرنسي .

في المقابل اعتبر التشريع المصري أن المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي يمكن أن تقوم بفعل عامل بسيط (2). وبالتالي، وسع من نطاق المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي في نطاق جرائم الغش التجاري، فنص في المادة 6 مكرر 1 من قانون قمع التدليس والغش على أنه : " يسأل الشخص المعنوي جزائيا عن الجرائم المنصوص عليها في هذا القانون إذا وقعت لحسابه و باسمه بواسطة أحد أجهزته أو ممثليه أو أحد العاملين لديه ... " .

(1) راجع : محمد حزيط ، المسؤولية الجزائية للشركات التجارية في القانون الجزائري والقانون المقارن ، طبعة 2 ، دار هومة ، الجزائر، 2014 ، ص 195 .

(2) ويزة بلعسلي، المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي عن الجريمة الاقتصادية ، رسالة دكتوراه ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، 14 ماي 2014 ، ص 188 .

ومعنى ذلك ، أنه يمكن مساءلة الشخص المعنوي جزائيا عن جرائم الاعتداء على العلامة التجارية التي ترتكب من طرف أي شخص طبيعي يعمل لديه ، ولو كان موظفا بسيطا .
يعتقد أنه لمساءلة الشخص المعنوي على جرائم العلامات التجارية التي تقع بواسطة أحد العاملين لديه طبقا للمادة المذكورة أعلاه، يجب أن يكون العامل قد قام بنشاطه بناء على تفويض من أحد أجهزة الشخص المعنوي أو ممثليه المعبرين عن إرادته، أو وكالة قانونية صريحة لارتكاب الأفعال باسم الشخص المعنوي ولحسابه .

هنا يمكن القول أن العبرة في جرائم العلامات التجارية هو ارتكابها ممن يملك التعبير عن إرادة الشخص المعنوي كالمسيرين القانونيين كرئيس المدير العام ، مجلس الإدارة أو مجلس المديرين، مجلس المراقبة، الجمعية العامة .

فيسأل الشخص المعنوي الخاص جزائيا عن جريمة تقليد علامة أوتزويرها من طرف ممثلها الشرعي أو أحد أجهزته، ولكنه لا يسأل عن جرائم العلامات المرتكبة من قبل العاملين لديه بل يسألون شخصا وبمفردهم عنها .

كما أن قيام مسؤولية الشخص المعنوي جزائيا في جرائم العلامات التجارية، لا تحول دون قيام مسؤولية الشخص الطبيعي عن نفس الجريمة وذلك طبقا لنص المادة 2/51 مكرر من قانون العقوبات الجزائري ، وهذا ما يعرف بازدواج المسؤولية الجزائية بين الشخص الطبيعي والشخص المعنوي عن جرائم الاعتداء على العلامة التجارية ، وتبرير هذا الازدواج يرجع إلى عدم جعل مسؤولية الشخص المعنوي كستار يستخدم لحجب مسؤولية الشخص الطبيعي .

ويصبح تحديد الشخص الطبيعي (الممثل الشرعي للشخص المعنوي) أمرا ضروريا في الجرائم الواقعة على العلامات التجارية المنسوبة للشخص المعنوي ، لأن إثبات القصد الجنائي متوقف على مدى وعي و إرادة مرتكب الجريمة من طرف ممثل الشخص المعنوي أو أحد أجهزته (1) .

(1) راجع : نجيب بروال ، الأساس القانوني للمسؤولية الجزائية عن فعل الغير، رسالة ماجستير، تخصص علم الإجرام وعلم العقاب، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة الحاج لخضر، باتنة ، 2012/2013 ، ص 65 .

1 - المقصود بأجهزة الشخص المعنوي الخاص :

جهاز الشخص المعنوي الخاص أو العضو هو كل كيان مؤهل لاتخاذ القرارات أو تطبيقها حيث يخولهم القانون أو النظام الأساسي للشخص المعنوي الخاص سلطة إدارتها والتصرف باسمها، فلو أخذنا على سبيل المثال الشركات فقد يكون هذا الجهاز من الأجهزة الجماعية أو الفردية أو قد يكون مجموعة من الأشخاص أو أي شخص عهد له القانون أو القانون الداخلي للشركة بالإدارة أو التوجيه أو الرقابة ، ولم يرد في قانون العقوبات تعريفا لها .

فعبارة الجهاز تعني بالنسبة للشركات التجارية مجلس الإدارة ومجلس المديرين ومجلس المراقبة وكذلك الجمعية العامة (1) .

بحيث لم تفرق المادة 51 مكرر من قانون العقوبات الجزائري والمادة 121-2 من قانون العقوبات الفرنسي بين أجهزة التسيير في الشركة التي هي أيضا أجهزة التمثيل فيها، أي ممثلين شرعيين لها، كالمدیر في شركة التضامن والشركة ذات المسؤولية المحدودة ، ورئيس مجلس الإدارة والرئيس المدير العام أو رئيس مجلس المديرين في شركة المساهمة، ولا بين الأجهزة الجماعية مثل مجلس الإدارة والجمعية العامة والأجهزة الفردية مثل المدير أو المسير ورئيس مجلس الإدارة ولا أجهزة المراقبة كمجلس المراقبة في شركة المساهمة (2) .

وتعد أجهزة الشركة هي أجهزة التسيير والإدارة والتمثيل، فإذا ارتكبت هذه الأجهزة جرائم العلامات التجارية لحساب الشركة تقوم المسؤولية الجزائية لهذه الأخيرة .

2- المقصود بالممثلين الشرعيين للشخص المعنوي الخاص :

لقد عرفت المادة 65 مكرر 2 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري الممثل الشرعي على أنه: "... الممثل القانوني للشخص المعنوي هو الشخص الطبيعي الذي يخوله القانون أو القانون الأساسي للشخص المعنوي تفويضا لتمثيله " (3) .

أي أن الممثلين الشرعيين للشخص المعنوي هم الأشخاص الطبيعيين الذين لهم سلطة قانونية مصدرها القانون، وقد تكون لهم سلطة اتفاقية فمثلا في الشركات يكون مصدرها العقد التأسيسي للشركة.

(1)V: Thierry Garé ,Catherine Ginestel , Droit pénal procédure pénale , édition Dalloz , 2008 , p.172 .

(2) Mirielle Delmas- Marty, Les conditions de fond de mise en jeu de la responsabilité pénale, Revue des sociétés , Paris , 1993, p.305 .

(3) المادة 65 مكرر 2 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري .

وتخولهم هذه السلطة في كلتا الحالتين التصرف لحساب وباسم الشركة ، ويعد الممثل الشرعي للشركة أحد أجهزة التسيير فيها لأن أجهزة التسيير والإدارة هي أجهزة التمثيل فيها، ورغم ذلك فهناك أجهزة تسيير لا يمكن اعتبارها ممثلين شرعيين للشركة كمجلس الإدارة ، كما أن هناك ممثلين للشركة لا يمكن اعتبارهم أحد أجهزة الشركة كالمسير الإداري المؤقت .

في المقابل حصر المشرع الفرنسي نطاق الممثل الشرعي للشخص المعنوي الخاص في فئة الأشخاص الطبيعيين الذين يخولهم القانون أو القانون الأساسي سلطة تمثيلها عن طريق التفويض وهو ما يعرف بالممثل القانوني (1) .

قد يمنح القانون أو القانون الأساسي تفويضا للأشخاص الطبيعيين لتمثيل الشخص المعنوي الخاص، وفي حالة حدوث جرائم العلامات التجارية لحساب الشخص المعنوي من طرف الشخص الطبيعي المفوض قانونا لتمثيله تقوم المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي الخاص عن هذه الجرائم . ومن بين الأشخاص المعنوية الخاصة التي تقوم فيها المسؤولية الجزائية عن جرائم العلامات التجارية إذا تحققت فيها الشروط السابق ذكرها الشركات التجارية . وبالرجوع لأحكام القانون التجاري فإنه يعين الممثل الشرعي للشركة التجارية ويفوض لذلك بحسب شكل الشركة وهو يتمثل في كل من :

- المدير في شركة التضامن وشركة التوصية البسيطة والشركة ذات المسؤولية المحدودة والمسير في شركة التوصية بالأسهم .

- رئيس مجلس الإدارة أو رئيس المدير العام والمدير العام أو المديرين العامين وهذا في حالة شركة المساهمة ذات نمط التسيير بمجلس الإدارة .

(1) **Article 121-2 Code pénal Français** modifié par Loi n°2004-204 du 9 mars 2004 - art. 54 JORF 10 mars 2004 en vigueur le 31 décembre 2005 :

“ Les personnes morales, à l'exclusion de l'Etat, sont responsables pénalement, selon les distinctions des articles 121-4 à 121-7, des infractions commises, pour leur compte, par leurs organes ou représentants.

Toutefois, les collectivités territoriales et leurs groupements ne sont responsables pénalement que des infractions commises dans l'exercice d'activités susceptibles de faire l'objet de conventions de délégation de service public” .

- رئيس مجلس المديرين وعضو أو أعضاء مجلس المديرين الذين فوضهم مجلس المراقبة لتمثيل الشركة إذا كان قانونها الأساسي يؤهل مجلس المراقبة لمنح سلطة التمثيل، وهذا في حالة شركة المساهمة نمط التسيير بمجلس المديرين⁽¹⁾ .

- المصفي في حالة حل الشركة⁽²⁾ .

وهنا يمكن القول أن المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي في القانون الجزائري تخضع لمبدأ التخصص، فهي استثنائية مقيدة بالتفسير الدقيق للنصوص القانونية. ولا يجوز للقضاء الجزائري إضافة شرط آخر وتفسير النص تفسيراً واسعاً، حيث حصر المشرع الجزائري نطاق فئة الأشخاص الطبيعيين في الأشخاص الذين يمنح لهم القانون أو القانون الأساسي للشركة تفويضاً لتمثيل الشركة .

خرج عن هذا النطاق كل من : المفوض بالسلطات في مجال معين من قبل أحد أجهزة الشركة، والموكل بتوكيل خاص العمال الأجراء بما فيهم مديرو الوحدات والوكالات التابعة لها، وذلك متى تبين أن العقد الأساسي للشركة والقانون لم يخولهم تفويضاً لتمثيلها .

وعليه لا يتم مساءلة الشركة التجارية جزائياً عن جرائم العلامات التجارية التي يرتكبها مدير وحدة صناعية (المفوض العادي أو الأجير) أو وكالة بنكية حتى ولو كان ذلك لحساب الشخص المعنوي .

أما في حالة تجاوز الممثل الشرعي أو أجهزة الشخص المعنوي الخاص لحدود اختصاصاتهم، فلم يتطرق المشرع الجزائري لذلك صراحة. ونظراً لانعدام النص في القانون الجزائري فإنه يتم الرجوع إلى القضاء الجزائري وبالتالي يكون الحكم هو عدم تحمل الشخص المعنوي الخاص المسؤولية الجزائية عن جرائم العلامات التجارية المرتكبة من قبل ممثليها الشرعيين أو أحد أجهزتها والخارجة عن حدود اختصاصاتهم .

(1) فحوى نص المادة 652 من القانون التجاري الجزائري كالتالي : " يمثل رئيس مجلس المديرين الشركة في علاقاتها مع الغير .

غير أنه يجوز أن يؤهل القانون الأساسي مجلس المراقبة لمنح نفس سلطة التمثيل لعضو أو عدة أعضاء آخرين في مجلس المديرين " .

(2) تنص المادة 788 من القانون التجاري على ما يلي : " يمثل المصفي الشركة وتخول له السلطات الواسعة لبيع الأصول ولو بالتراضي ... " .

بالرجوع إلى أحكام المادة 51 مكرر من قانون العقوبات الجزائري، لم ينص المشرع صراحة على المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي الخاص عن الأفعال المجرمة المرتكبة من قبل المسير الفعلي⁽¹⁾. والمشرع كان واضحا في موقفه حيث اشترط أن ترتكب الجريمة من طرف الممثل الشرعي أو أحد أجهزة الشخص المعنوي الخاص حتى تقوم المسؤولية الجزائية لهذا الأخير وبالتالي، فالمسير الفعلي ليس له صفة الممثل الشرعي .

واستنادا لما سبق نقول أنه لا تقوم المسؤولية الجزائية للشركة في حالة استعمال المسير الفعلي علامة تجارية مقلدة على منتجات أو سلع الشركة التي يسيرها .

طبقا لنص المادة 121-2 الفقرة الأولى من قانون العقوبات الفرنسي تقوم المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي في حالة ارتكاب الشخص الموكل جريمة تقليد علامة تجارية لحساب الشخص المعنوي(منح الشخص المعنوي توكيل خاص لشخص طبيعي لتمثله في الحياة القانونية أمام المحكمة، ويكون هذا الشخص من غير أجهزته أو ممثليه الشرعيين) . لأنه في التشريع الفرنسي يعد الوكيل بمثابة ممثل قانوني للشخص المعنوي وأفعاله تلزمه إذا توافرت كافة شروط قيام المسؤولية الجزائية .

أما موقف المشرع الجزائري فهو ثابت فيما يخص الشروط التي يجب توافرها لقيام المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي، فقد حسم الأمر بالنص في المادة 51 مكرر من قانون العقوبات على "الأجهزة أوالممثلين الشرعيين للشخص المعنوي"، والمادة 65 مكرر2 من قانون الإجراءات الجزائية على أن : "... الممثل القانوني للشخص المعنوي هو الشخص الطبيعي...".

انطلاقا مما سبق لا تقوم المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي في حالة استعمال الشخص الطبيعي الموكل (الذي منح توكيلا خاصا من قبل الشخص المعنوي، ولا يكون من أجهزته أو ممثليه الشرعيين) علامة تجارية مقلدة على منتجات أو سلع مع العلم بأنها مقلدة .

(1) المسير الفعلي : هو الشخص الذي يقوم بتسيير الشخص المعنوي دون أن يكون قد عين بطريقة قانونية من طرف الأجهزة المختصة لهذا الأخير فلا يعد ممثلا شرعيا له ، ولكن نظرا لقيامه بأعمال التسيير اعتبر من الناحية الواقعية مسير الشخص المعنوي .

ثالثاً- ارتكاب الجريمة لحساب الشخص المعنوي

اعتمد المشرع الجزائري شرطا واحدا وهو ارتكاب الجريمة لحساب الشخص المعنوي، وهذا يعني أنه حتى تقوم مسؤولية الشخص المعنوي جزائيا في جرائم العلامات التجارية، يجب أن يقوم الشخص الطبيعي بتقليد علامة تجارية لحساب الشخص المعنوي الذي يمثله، إلا أنه لم يشترط أن يحترم في ذلك الشخص الطبيعي حدود اختصاصاته المخولة له قانونا، فإن فعله هذا إن تم لحساب الشخص المعنوي فإن المسؤولية الجزائية يتحملها هذا الأخير⁽¹⁾.

لكن في حقيقة الأمر ارتكاب الجريمة لحساب الشخص المعنوي يختلف عن ارتكابها باسمه أو بإحدى وسائله. فارتكاب الجريمة باسم الشخص المعنوي يعني أن الممثل إذا تصرف باسمه الخاص فإن الشخص المعنوي لا يتحمل المسؤولية الجزائية عن فعله الإجرامي، ولو كان الفعل قد ارتكب بمناسبة القيام بالمهمة أو أثنائها .

وبالتالي، فإن تحديد مفهوم العمل باسم الشخص المعنوي لا يجب أن يتعدى الأشخاص الذين يحملون تفويضا رسميا من طرف مجلس إدارة الشخص المعنوي أو السلطة الأساسية فيه، فهؤلاء الأشخاص عندما يقومون بعمل باسم الشخص المعنوي، فإن صفتهم كممثلين ثابتة بموجب القانون . لهذا من الضروري أن تكون الجريمة قد ارتكبت باسم الشخص المعنوي وحسابه، فقد يتصرف الشخص الطبيعي لحساب الشخص المعنوي دون أن يملك حق التعبير عن إرادته (أي لا يحق له التصرف باسمه)، والعكس قد يتصرف للمصلحة الشخصية وليس لحساب الشخص المعنوي .

في المقابل نص المشرع المصري في المادة 6 مكرر من قانون قمع التدليس والغش على أنه ينبغي لكي يسأل الشخص المعنوي عن أية جريمة من الجرائم المنصوص عليها في هذا القانون، أن تكون الجريمة قد ارتكبت -لحسابه أو باسمه - بواسطة أحد أجهزته أو ممثليه أو أحد العاملين لديه .

ويرجح هنا أن يوضع حرف " الواو " بين كلمة "لحسابه " وكلمة "باسمه" بدلا من حرف "أو"، أي حتى تتحقق المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي ، يجب أن ترتكب الجريمة لحسابه وباسمه .

بالتالي لكي تقوم المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي عن جرائم العلامات التجارية، يجب أن ترتكب جريمة تقليد العلامة التجارية أو تزويرها لحسابه وباسمه . فالشخص الطبيعي، يمكنه أن يتصرف لحساب الشخص المعنوي بدون أن يكون له الحق في التصرف باسمه، بمعنى أنه لا يعبر عن إرادة الشخص المعنوي .

(1) راجع : ناجية شيخ ، الإقرار بالمسؤولية الجزائية للشخص المعنوي في جرائم الصرف ، الأكاديمية للبحث القانوني ، جامعة عبد الرحمان ميرة ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، بجاية ، العدد 01 ، 2011 ، ص 28 .

في هذا السياق يفضل أن ينص المشرع الجزائري في المادة 51 مكرر من قانون العقوبات على ما يلي : " باسم ولحساب الشخص المعنوي " لكي يكون أكثر وضوحا ودقة .

لأن التصرف باسم الشخص المعنوي يحمل في طياته، التصرف باستعمال وسائل الشخص المعنوي من أجل تحقيق مصلحة أو منفعة له ، لكن عدم تحقق هذه الأخيرة لا يعني عدم قيام المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي إذا قام أحد ممثليه أو أجهزته بتقليد علامة تجارية أوتزويرها لحسابه، لأن المنفعة أو المصلحة ليست ركنا لقيام هذه المسؤولية، وإنما هي قرينة على إرادة الشخص المعنوي ارتكاب جريمة تقليد العلامة التجارية .

بالتالي فإن ارتكاب جريمة تقليد العلامة التجارية أوتزويرها باسم ولحساب الشخص المعنوي يحمل في طياته أن يكون ذلك لفائدة ومصلحة هذا الأخير .

انطلاقا مما سبق يشترط لصحة قيام المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي، أن تتوفر شروط معينة في فاعل الجريمة نصت عليها المادة 51 مكرر من قانون العقوبات الجزائري⁽¹⁾، والمادة 121-2 من قانون العقوبات الفرنسي⁽²⁾، وهي ارتكاب الجريمة من طرف شخص طبيعي له حق التعبير عن إرادة الشخص المعنوي بمعنى أن الجريمة يجب أن تقع من شخص طبيعي له صفة معينة حتى تسأل الشركة التجارية جزائيا بصفتها شخصا معنويا⁽³⁾، وأن يكون الفعل الصادر عنه في حدود اختصاصه وهذا الشرط لم تنص عليه التشريعات صراحة .

⁽¹⁾ المادة 51 مكرر من قانون العقوبات الجزائري : " باستثناء الدولة والجماعات المحلية والأشخاص المعنوية الخاضعة للقانون العام ، يكون الشخص المعنوي مسؤولا جزائيا عن الجرائم التي ترتكب لحسابه من طرف أجهزته أو ممثليه الشرعيين عندما ينص القانون على ذلك .

أن المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي لا تمنع مساءلة الشخص الطبيعي كفاعل أصلي أو شريك في نفس الأفعال " .

⁽²⁾ **Article 121-2 Code pénal Français:**

“ Les personnes morales, à l'exclusion de l'Etat, sont responsables pénalement, selon les distinctions des articles 121-4 à 121-7, des infractions commises, pour leur compte, par leurs organes ou représentants.

Toutefois, les collectivités territoriales et leurs groupements ne sont responsables pénalement que des infractions commises dans l'exercice d'activités susceptibles de faire l'objet de conventions de délégation de service public.

La responsabilité pénale des personnes morales n'exclut pas celle des personnes physiques auteurs ou complices des mêmes faits, sous réserve des dispositions du quatrième alinéa de l'article 121-3 “.

⁽³⁾ Frédéric Debove, Rudolph Hidalgo, Droit pénal et procédure pénale, 2^{ème} édition , édition L.G.D.J, 2005, p.77.

وترتيباً على ما تقدم حتى يسأل الشخص المعنوي عن جرائم العلامات التجارية التي ترتكب باسمه يجب توافر الشروط التالية :

- أن يكون الفاعل من أجهزة الشخص المعنوي أو ممثليه الشرعيين .
- أن يكون التصرف الذي أقدم عليه الفاعل ضمن الأعمال المفوض بها .
- أن يكون الفاعل قد أقدم على التصرف أثناء ممارسته للعمل ومن خلال الوسائل التي يضعها الشخص المعنوي تحت تصرف وكيله .

بالرجوع إلى المبادئ العامة وتطبيقها على جرائم العلامات التجارية يمكن القول أنه حتى تقوم

مسؤولية الشخص المعنوي جزائياً في جرائم العلامات التجارية يجب أن تتوفر شروط معينة تتمثل فيما يلي:

- أن تكون الأشخاص المعنوية محل المساءلة الجزائية في جرائم العلامات التجارية أشخاصاً معنوية خاصة كأن تقوم شركة تجارية بتقليد علامة تجارية مسجلة مملوكة للغير .
- ارتكاب جرائم العلامات التجارية من طرف الممثل الشرعي للشخص المعنوي أو أحد أجهزته، كأن يقوم رئيس مجلس الإدارة في شركة المساهمة باستعمال علامة مقلدة على منتجات أو سلع الشركة مع العلم بأنها مقلدة .
- ارتكاب جرائم العلامات التجارية باسم ولحساب الشخص المعنوي .

وأخيراً بعد تحديد الشروط الواجب توافرها لقيام المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي في جرائم العلامات التجارية، سنتناول مدى تحقق المسؤولية الجزائية للشركات في جرائم العلامات التجارية وذلك بتطبيق هذه الشروط عليها .

الفرع الثاني : المسؤولية الجزائية للشركات في جرائم العلامات التجارية

لا تخضع الشركة للمسؤولية الجزائية إلا ابتداء من تسجيلها في السجل التجاري، الذي يعد الوحيد الذي يمنحها الشخصية المعنوية، والقانون لا يحصر هذه المسؤولية في نطاق الشركات التجارية فقط ، وإنما يتعداها ليشمل بذلك كل الأشخاص المعنوية الخاصة بما في ذلك الشركات المدنية (1) .

حصرت المادة 51 مكرر من قانون العقوبات الجزائري مجال المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي، وقصرتها على الأشخاص المعنوية الخاضعة للقانون الخاص، بغض النظر عن هدفها، سواء كانت تهدف إلى كسب الربح، كالشركات التجارية أولم تكن تهدف إلى كسب الربح كالجمعيات الرياضية، أو كانت خيرية ، كالجمعيات ذات الطابع الاجتماعي .

وباعتبار أن الشركات تعتبر شخصا من الأشخاص المعنوية الخاصة، سنتناول في البداية الشركات المدنية بصورة مختصرة، لأن هذه الأخيرة ترتكب مجموعة من الجرائم الخارجة عن نطاق بحثنا. ثم نولي الاهتمام أكثر للشركات التجارية التي كانت ميدانا خصبا للجرائم الواقعة على العلامات التجارية .

أولا - الشركات المدنية :

عرف المشرع الجزائري الشركة في القانون المدني على أنها عقد بمقتضاه يلتزم شخصان طبيعيان أو اعتباريان أو أكثر على المساهمة في نشاط مشترك بتقديم حصة من عمل أو مال أو نقد، بهدف اقتسام الربح الذي قد ينتج أو تحقيق اقتصاد أو بلوغ هدف اقتصادي ذي منفعة مشتركة ، كما يتحملون الخسائر التي تنجر عن ذلك (2) .

وتعتبر الشركة بمجرد تكوينها شخصا معنويا، غير أن هذه الشخصية لا تكون حجة على الغير إلا بعد استيفاء إجراءات الإشهار التي نص عليها القانون (3) .

(1)V: Jean-Paul Antona, Philippe Colin, François Lengart, La responsabilité pénale des cadres et des dirigeants dans le monde des affaires , édition Dalloz , Paris , 1996, p.23.

(2) المادة 416 من القانون رقم 88-14 المؤرخ في 16 رمضان عام 1408 الموافق ل 3 مايو سنة 1988 يعدل ويتمم الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق ل 26 سبتمبر سنة 1975 والمتضمن القانون المدني ، ج.ر، الجزائر، عدد 18 ، ص 750 .

(3) المادة 417 من الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق ل 26 سبتمبر سنة 1975 والمتضمن القانون المدني ، المعدل والمتمم ، ج.ر، الجزائر، عدد 78 ، ص 1014 .

تنقسم الشركات بالنظر إلى غرضها إلى شركات تجارية ومدنية ، وللتمييز بينهما نستند أساسا إلى طبيعة العمل الرئيسي الذي تقوم به الشركة والغرض الذي تسعى إلى تحقيقه. فإذا كان الغرض هو احتراف الأعمال التجارية ، كعمليات الشراء لأجل البيع أو النقل أو الصناعة أو البنوك ، كانت الشركة تجارية (1).

وتكون الشركة شركة مدنية إذا كان الغرض هو القيام بالأعمال المدنية، كاستغلال الزراعي، الأعمال الفنية أو الأدبية. أما إذا كانت الشركة تحتترف أعمالا تجارية ومدنية ، فالعبرة بنشاطها الرئيسي، فإذا كان يغلب على نشاطها الطابع التجاري اعتبرت شركة تجارية والعكس صحيح (2) .
أما عن أهمية تحديد مدى إمكانية مساءلة الشركات المدنية جزائيا، فإنه يمكن القول أنه لا بد أن تكون متمتعة بالشخصية القانونية. وهنا أكد المشرع الفرنسي على أن الشركات المدنية لا تكتسب الشخصية المعنوية إلا من تاريخ قيدها في السجل التجاري، وذلك قصد إخراجها من الخفاء وإخضاعها للنظام القانوني نفسه الذي تخضع له الشركات، وهو ما نصت عليه المادة 1842 فقرة أولى من القانون المدني المؤرخ في 4 جانفي 1978 (3) .

نص المشرع المصري في المادة 506 من القانون المدني لعام 1948 المعدل (4) على أنه:
"تعتبر الشركة بمجرد تكوينها شخصا اعتباريا ولكن لا يحتج بهذه الشخصية على الغير إلا بعد استيفاء إجراءات النشر التي يقرها القانون .
ومع ذلك للغير إذا لم تقم الشركة بإجراءات النشر المقررة أن يتمسك بشخصيتها " .

(1) راجع : مصطفى كمال طه، الشركات التجارية ، دار الجامعة الجديدة،الإسكندرية، 1998، ص 57 . محمود سمير الشرفاوي، الشركات التجارية في القانون المصري ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 1986 ، ص 40 .
(2) أعمار عموره، شرح القانون التجاري الجزائري ، الأعمال التجارية ، التاجر، الشركات التجارية ، دار المعرفة،الجزائر، 2010 ، ص 182 .

(3) Art.1842/1 Code civil Loi 78-9 1978 -01-04 JORF 5 janvier.12 mai 1978 en vigueur le 1 juillet 1978 : “ Les sociétés autres que les sociétés en participation visées au chapitre III jouissent de la personnalité morale à compter de leur immatriculation “.

(4) القانون رقم 131 الصادر في 9 رمضان سنة 1367 الموافق ل 16 يوليو 1948 ، الوقائع المصرية - عدد 108 مكرر أ - صادر في 29 - 7 - 1948 ، ص 60 .

كما جاء في قرار محكمة النقض المصرية الصادر بجلسة 1983/02/07 تحت رقم 1219 لسنة 1948 أن : " الشخصية المعنوية تثبت لجميع الشركات المدنية والتجارية على السواء أيا كان الشكل الذي تتخذه فيما عدا شركات المحاصة " (1) .

أما بالنسبة للمشروع الجزائري فإنه طبقا للمادة 51 مكرر من قانون العقوبات تقابلها المادة 121-2 من قانون العقوبات الفرنسي 1992 تسأل جزائيا جميع الأشخاص المعنوية الخاصة عما يمكن أن ترتكبه من جرائم في الحالات التي ينص عليها القانون، مهما كان الشكل الذي تتخذه أو الهدف الذي أنشئت من أجله. ويدخل ضمن هذه الفئة الجمعيات ذات الطابع الاجتماعي، الثقافي والرياضي .

لا تخضع الشركات المدنية من حيث المسؤولية الجزائية لحكم جزائي خاص، بل إلى أحكام قانون العقوبات العام، وبالتالي تسأل جزائيا عن جرائم الاعتداء على العلامة التجارية المرتكبة لحسابها من طرف أجهزتها أو ممثليها (2) .

مما سبق نستنتج أن معيار الشخصية المعنوية يعد عنصرا ضروريا في تقرير المسؤولية الجزائية للشركات المدنية، ومتى ثبتت لأي كيان قانوني أصبح من الممكن مساءلته جزائيا عن جرائم الاعتداء على العلامة التجارية التي يرتكبها وهو بصدد ممارسة نشاطه. وفي حالة انعدام هذه الشخصية، فإنه يستحيل تطبيق المسؤولية الجزائية. إذ لا يمكن مقاضاة جماعة لا وجود لها في نظر القانون، فيسأل عنها الشخص الطبيعي الذي ارتكبها .

ويمكن القول، أن جميع القوانين التي أقرت للشركات المدنية الشخصية القانونية فتحت الباب أمام إمكانية مساءلتها جزائيا . وهذا يعني أنه يمكن تقرير المسؤولية الجزائية للشركات المدنية عن جرائم العلامات التجارية متى ثبتت لها الشخصية القانونية .

لكن أهمية الشركات المدنية تبقى محدودة في الميدان باعتبار أن أغلب الشركات في التطبيق تتخذ إما شكل شركة محدودة المسؤولية أو شركة مساهمة وهي شركات تجارية بحسب الشكل مهما كان نشاطهما، والشخصية المعنوية لهما ثابتة بحكم القانون (3) .

(1) قرار محكمة النقض المصرية ، الصادر بجلسة 1983/02/07 ، رقم 1219 لسنة 1948 ، ص 200 .

(2) V : Gabreil Baranger , La société civile , édition Glnjoly , Paris , 1995 , p.49.

(3) محمود داود يعقوب ، المرجع السابق ، ص 235 .

ثانيا- الشركات التجارية :

الشركة التجارية شخص معنوي خاضع للقانون الخاص لا يمكنها مباشرة نشاطها الإجرامي بنفسها، وإنما عن طريق أشخاص طبيعيين يعبرون عن إرادتها⁽¹⁾، ولقد حدد المشرع صفة الجناة في جرائم الشركات التجارية فهي تتمثل في الشركة التجارية، وممثليها الشرعيين أو أحد أجهزتها وهذا ما أدى إلى الإقرار بالمساءلة المزدوجة لكل من الشركة التجارية والممثل الشرعي أو أحد أجهزتها إذا توافرت الشروط القانونية لذلك، وفي حالة عدم توفرها لا تتحمل الشركة المسؤولية الجزائية. وبالتالي تتجرد من صفة الجاني في الجرائم المرتكبة من قبل الممثل الشرعي أو أحد أجهزتها حيث ينفردون وحدهم بالمساءلة الجزائية .

وتعتبر الشركة التجارية في جرائم العلامات التجارية فاعلا أصليا في الجريمة التي ترتكب لحسابها وهذا إذا ما كان الجهاز أو الممثل الشرعي للشركة قد ارتكب سلوكا إجراميا يجعله فاعلا أصليا فيها وفقا للأحكام العامة المقررة للمساهمة الجزائية، حيث عرف المشرع الجزائري في قانون العقوبات الفاعل الأصلي وحدد صورته فقد يكون فاعلا مباشرا أو فاعلا معنويا⁽²⁾، وبالتالي إذا قام الممثل الشرعي للشركة بتقليد علامة تجارية أو بيع سلعة حاملة لعلامة مقلدة قصد تحقيق ربح للشركة فيعد فاعلا أصليا وهذا ما يجعل الشركة التجارية فاعلا أصليا في الجريمة⁽³⁾.

كما أن الشركة التجارية تعاقب كشريك في الجريمة إذا كان أحد أجهزتها أو ممثليها الشرعيين لهم صفة الشريك فيها ويثبت لهم ذلك إذا كانوا شركاء مع الغير⁽⁴⁾، والغير عادة ما يكون أجنبيا عن الشركة، كما يمكن أن يكون أحد عمالها العاديين. وقد عرفت المادة 42 من قانون العقوبات الجزائري الشريك على أنه : " يعتبر شريكا في الجريمة من لم يشترك اشتراكا مباشرا، ولكنه ساعد بكل الطرق أوعاون الفاعل أوالفاعلين على ارتكاب الأفعال التحضيرية أوالمسهلة أوالمنفذة لها مع علمه بذلك ". فمثلا لو ساعد مدير الشركة أجيرا أو منحه تعليمات قصد تقليد علامة تجارية مملوكة لشركة منافسة، وكان هذا التصرف لحساب الشركة فتعد هذه الأخيرة شريكا في الجريمة باعتبار ممثلها الشرعي يحمل هذه الصفة .

(1) راجع : عائشة بشوش، المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية، رسالة ماجستير، جامعة البليدة ، 2001-2002 ، ص 101 .

(2) المادتان 41 و 45 من قانون العقوبات الجزائري .

(3) محمد حزيط ، المرجع السابق ، ص 271 .

(4) شريف سيد كامل، المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية ، دراسة مقارنة ، الطبعة 1، دار النهضة العربية، القاهرة، 1997 ، ص 126 .

هذه الأحكام تسري على الشركة التجارية التي يملك الخواص كل رأسمالها، والشركة التجارية ذات رأسمال مختلط والشركات التجارية الأجنبية التي ترتكب جريمة في إقليم الدولة وفقا لأحكام القانون الوطني⁽¹⁾، تطبيقا لمبدأ إقليمية قانون العقوبات المنصوص عليه في المادة 3 من قانون العقوبات الجزائري، كما أنها تسري على الشركة في حالة التصفية، الشركات المدمجة والمنفصلة، والشركة التي يتغير شكلها، شركات الأموال وشركات الأشخاص ماعدا شركة المحاصة لانعدام الشخصية المعنوية لها، وهو نفس موقف المشرع الفرنسي⁽²⁾ .

كما لا تسأل جزائيا أيضا الشركة الفعلية وهي الشركة التي تكونت بجميع عناصرها، إلا أنه اعتراها سبب أدى إلى الحكم ببطلانها وبالتالي فقدان شخصيتها المعنوية⁽³⁾، وبالتالي فالشركة التجارية تعتبر إما فاعلا أصليا أو شريكا بحسب صفة الممثل الشرعي أو أحد أجهزتها في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية المرتكبة من قبلهم⁽⁴⁾ .

وعليه فمن الضروري أن نتعرف ولو بصورة موجزة على أجهزة إدارة الشركة من حيث كيفية الإنشاء والمهام سواء في شركات الأشخاص أو شركات الأموال وتحديد من يعد جهازا إداريا ومن يعد ممثلا شرعيا باعتبارهم أحد الجناة في جرائم الاعتداء على العلامات التجارية .

(1) V: Bernard Bouloc, Hartini Matsopoulou, Droit pénal général et procédure pénale, 17 édition, édition Sirey, Paris, 2009, p.152 .

(2) Brigitte Hess-Fallon Anne –Marie Simon, Droit des affaires, 14 éme édition, édition Dalloz, 2001, p.135 .

(3) Jacques Borricand –Anne Marie Simon, Droit pénal- procédure pénale, 2^{ème} édition, éditions Dalloz, 2000, p.135. Ainsique Harald Renout, Droit pénal général, éditions Paradigme, Orléans, Juillet 2006, p.177 .

(4) راجع : صفية زادي، جرائم الشركات التجارية، رسالة ماجستير في القانون الخاص، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف 2، 2016/2015، ص 16 .

1 - شركات الأشخاص :

تقوم شركات الأشخاص على الاعتبار الشخصي، والثقة المتبادلة بين الشركاء⁽¹⁾، وقد نظم المشرع الجزائري أحكام شركة التضامن في المواد من 551 إلى 563 من القانون التجاري⁽²⁾، أما شركة التوصية البسيطة فقد نظمها من المواد 563 مكرر إلى 563 مكرر 10 من نفس القانون، أما شركة المحاصة فقد نظمها في المواد من 795 مكرر 1 إلى 795 مكرر 5 من نفس القانون .

أ- شركة التضامن :

المشرع الجزائري لم يعرف شركة التضامن، بل اكتفى بذكر خصائصها في المادة 551 من القانون التجاري⁽³⁾، على خلاف المشرع الفرنسي الذي عرفها في المادة 10 من القانون التجاري الصادر في 1966⁽⁴⁾ بأنها : " الشركة التي يكتسب كل الشركاء فيها صفة التاجر ويسألون مسؤولية شخصية وتضامنية عن ديون الشركة " .

أ- خصائص شركة التضامن :

يتكون عنوان شركة التضامن من أسماء جميع الشركاء أويتم ذكر أحدهم مع إضافة عبارة وشركائهم . ويسأل الشريك عن ديونها مسؤولية تضامنية وشخصية، كما يكتسب فيها صفة التاجر إذا كان كامل الأهلية وتكون الحصص المقدمة من قبلهم غير قابلة للتداول، إلا وفقا للشروط الواردة في العقد، كما أن إفلاس الشركة يؤدي إلى إفلاس الشركاء⁽⁵⁾.

(1) V: Philippe Merle, Droit commercial Sociétés commerciales , 5 édition , Dalloz , Paris, 1996 , p.135 .

راجع : عبد القادر عزت ، الشركات التجارية ، دار الكتب القانونية، مصر، 1997 ، ص 60 .

(2) الأمر 75-59 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق ل 26 سبتمبر سنة 1975 الذي يتضمن القانون التجاري المعدل والمتمم .

(3) المادة 551 من القانون التجاري الجزائري : " للشركاء بالتضامن صفة التاجر وهم مسؤولون من غير تحديد بالتضامن عن ديون الشركة " .

(4) Loi n 66- 537 du 24 juillet 1966 – art 10 (Ab) modifier par L'ordonnance 2000-912 2000-09-18 JORF 21 Septembre 2000, dernière modification: loi 2003-7 2003-01-03 art 50 art L221-1 Code de commerce :

“ Les associés en nom collectif ont tous la qualité de commerçant et répondent indéfiniment et solidairement des dettes sociales “.

(5) يوسف حميد معوض، الموجز في قانون الشركات التجارية، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية ، لبنان ، 2012، ص 15. خالد إبراهيم التلاحمة، الوجيز في القانون التجاري، الطبعة الثالثة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان ، 2012، ص 154 .

ب- إدارة شركة التضامن وممثليها الشرعيين :

يقوم بإدارة شركة التضامن مدير واحد أو أكثر، ويعد مديرها Le gérant ممثلاً شرعياً حسب مفهوم المادة 51 مكرر من قانون العقوبات الجزائري، وقد يكون شريكاً أو غير شريك، إذ يعين بموجب اتفاق لاحق أو بنص خاص في العقد الأساسي للشركة، وإذا لم يعين المدير فإن إدارة الشركة تعود لكافة الشركاء⁽¹⁾.

تحدد اختصاصات المدير في العقد الأساسي للشركة، أو بموجب اتفاق لاحق تم به التعيين وإذا لم يحدد له ذلك فهو يقوم بكافة أعمال الإدارة وله كافة التصرفات التي تتفق مع طبيعة الغرض الذي قامت الشركة من أجله، أما إذا تعدد المديرين فيحدد اختصاص كل منهم في العقد الأساسي للشركة، أو الاتفاق اللاحق، أما إذا لم يحدد لهم ذلك فينفرد كل منهم بأعمال الإدارة والتوقيع بعنوان الشركة، وكل مدير له حق الاعتراض على عمل المدير الآخر قبل إجراء عمل الإدارة⁽²⁾.

أما جمعية الشركاء فتتكون من الشركاء غير المديرين يعرض عليها تقارير السنة المالية وإجراء الجرد والميزانية الموضوعة من المديرين من أجل المصادقة عليها خلال مدة ستة أشهر من قفل السنة المالية⁽³⁾.

انطلاقاً مما سبق يمكن القول بأن الشركة تسأل مسؤولية جزائية طبقاً لأحكام المادة 51 مكرر من قانون العقوبات الجزائري، ويتطبيق هذه الأحكام العامة المنصوص عليها في التشريع العام يمكن القول أن شركة التضامن تكون مسؤولة مسؤولية جزائية عن الجرائم الواقعة على العلامة التجارية التي يرتكبها مديرها -الممثل الشرعي- أثناء إدارة الشركة وذلك لحسابها وتحقيقاً لمصلحتها. ولا تستبعد المسؤولية الجزائية للشركة مساءلة الشخص الطبيعي -المدير- عن أفعاله أو تصرفاته التي تشكل جريمة في نظر قانون العقوبات كقيامه بتقليد علامة تجارية أو تزويرها.

(1) المادة 553 من القانون التجاري الجزائري.

(2) الياس ناصيف، الكامل في قانون التجارة، الشركات التجارية، دون طبعة، عويدات للنشر، لبنان، 1999، ص 78.

(3) راجع المواد من 557 - 558 من القانون التجاري الجزائري.

2- شركة التوصية البسيطة :

لم يعرف المشرع الجزائري شركة التوصية البسيطة بل اكتفى بذكر خصائصها على خلاف المشرع المصري الذي عرفها في المادة 23 من قانون التجارة لسنة 1883 (1) : " بأنها الشركة التي تعقد بين شريك واحد أو أكثر مسؤولين ومتضامنين وبين شريك واحد أو أكثر يكونون أصحاب أموال وخارجين عن الإدارة ويسمون موصين "

كما نصت المادة 563 مكرر من القانون التجاري الجزائري، على أن تطبق أحكام شركات التضامن على شركة التوصية البسيطة باستثناء الأحكام الخاصة بهذه الأخيرة .

أ- خصائص شركة التوصية البسيطة :

هي الشركة التي تنظم نوعين من الشركاء، شركاء يكتسبون صفة التاجر متضامنين ومسؤولين وشركاء موصين خارجين عن الإدارة (2). ويحتوي عنوانها على أسماء المتضامنين فقط وأعلى واحد أو أكثر منهم ويضاف إليهم كلمة " وشركائهم " وإذا ظهر اسم الموصي يتحمل مسؤولية مطلقة عن ديون الشركة كالشريك المتضامن حماية للغير حسن النية، وفي هذه الحالة يكتسب الشريك الموصي صفة التاجر ويجوز شهر إفلاسه، أما في علاقته مع باقي الشركاء المتضامنين، فيظل الموصي محتفظا بصفته كشريك موصى لا يسأل إلا في حدود حصته (3).

لا يجوز للشريك الموصى أو المتضامن التصرف في حصته دون موافقة جميع الشركاء الآخرين، ما لم يوجد نص في القانون الأساسي للشركة ينص على خلاف ذلك .
ولا تنتقل حصة الشريك الموصى بوفاته إلى ورثته، إلا إذا اتفق على خلاف ذلك في عقد الشركة، كما أن إفلاس الشريك الموصى لا يؤدي إلى انقضاء الشركة ولا تفسخ بطلب منه (4) .

(1) قانون التجارة المصري الصادر عليه الأمر العالي المؤرخ في 13 محرم سنة 1301 هـ الموافق ل 13 نوفمبر 1883 م .

(2) راجع : باسم محمد ملحم، بسام حمد الطراونة، شرح القانون التجاري، الشركات التجارية، الطبعة الأولى ، دار المسيرة ، عمان، 2012 ، ص 194 .

(3) زياد صبحي ذياب ، إفلاس الشركات في الفقه الإسلامي والقانون، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى ، دار النفائس، الأردن، 2011 ، ص 30 .

(4) المادة 563 مكرر 2 والمادة 563 مكرر 7 من القانون التجاري الجزائري .

ب- إدارة شركة التوصية البسيطة وممثليها الشرعيين :

تخضع إدارة شركة التوصية البسيطة إلى نفس الأحكام المنظمة لإدارة شركة التضامن من حيث تعيين المدير والسلطات التي يتمتع بها في تمثيل الشركة .

لقد أفرد المشرع الجزائري الشريك الموصى بحكم خاص وهو منعه من إدارة الشركة أو الاشتراك فيها ولو بمقتضى وكالة⁽¹⁾، بل إنه يتم إدارتها من قبل مدير واحد أو أكثر من الشركاء المتضامنين، وهذا إذا كان شريكا وقد يكون أجنبيا عن الشركة وبالتالي تخضع في إدارتها إلى أحكام إدارة شركة التضامن، وإذا تجاوز الشريك الموصى المنع المحدد وفقا للقانون فإنه يتحمل وبالتضامن مع الشركاء المتضامنين المسؤولية عن ديون الشركة والتزاماتها عن الأعمال الممنوعة عليه .

وبناء على ذلك تلتزم الشركة بأعمال المديرين كلما تصرفوا باسمها وعنوانها من أجل إدارتها، لأن المدير يعد الممثل الشرعي للشركة طبقا للمادة 51 مكرر من قانون العقوبات الجزائري .

أما جمعية الشركاء فتتخذ إذا طالب بها الشريك المتضامن أو الشركاء الموصون الذين يمثلون ربع رأسمال الشركة، وتتخذ القرارات وفقا للشروط الواردة في العقد⁽²⁾.

بناء على ما سبق، لا تختلف المسؤولية الجزائية لشركة التوصية البسيطة عن تلك المقررة في شركة التضامن، باعتبار أن كلا منهما تتمتع بالشخصية المعنوية المستقلة عن شخصية أعضاء إدارتهما؛ وبالتالي، تنقرر مسؤولية شركة التوصية البسيطة جزائيا إلى جانب ممثليها الشرعي - المدير - طبقا لما هو منصوص عليه في أحكام المادة 51 مكرر من قانون العقوبات إذا ما ارتكبت جريمة تقليد علامة تجارية أو تزويرها بواسطة حساب الشركة تحقيقا لغرض تأسيسها .

ولا تنتفي مسؤولية مدير الشركة (المرتكب المادي) عن جريمة تقليد العلامة أو تزويرها، إذا قامت أركان المسؤولية الجزائية في حقه . وبالتالي نكون أمام ازدواج المسؤولية عن جريمة واحدة ألا وهي جريمة تقليد العلامة مهما اختلفت طبيعة العقوبة .

(1) تنص المادة 563 مكرر 5 من القانون التجاري الجزائري : " لا يمكن للشريك الموصى أن يقوم بأي عمل تسيير خارجي ولو بمقتضى وكالة " .

(2) المادة 563 مكرر 4 من القانون التجاري الجزائري .

أما بالنسبة لشركة المحاصة (1) فهي شركة مستترة ليست لها شخصية معنوية تتعقد بين شخصين أو أكثر لاقتسام الأرباح والخسائر الناشئة عن عمل تجاري واحد أو أكثر، يقوم به أحد الشركاء باسمه الخاص .

ولا يمكن أن تنطبق على شركة المحاصة صفة الجاني في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية لأنها لا تتمتع بالشخصية المعنوية، وبالتالي لا تكون محل المساءلة الجزائية . وهذا لا ينفي المسؤولية الجزائية التي تقع على عاتق المديرين أو أعضاء الشركة إذا ارتكبت جريمة تقليد العلامة التجارية أو تزويرها.

ثانيا - شركات الأموال :

تقوم شركات الأموال على الاعتبار المالي ، فلا يعتد فيها بشخصية الشريك، بل العبرة فيها بما يقدمه كل شريك من مال (2). لذا لم تظهر هذه الشركات إلا بعد اكتشاف الثروات الطبيعية لأنها تتطلب رؤوس أموال ضخمة، وقد تطورت هذه الشركات بتطور الثورة الصناعية (3). وتعتبر شركة المساهمة وشركة التوصية بالأسهم والشركة ذات المسؤولية المحدودة من شركات الأموال .

1- شركة المساهمة :

عرفت المادة 592 من القانون التجاري الجزائري شركة المساهمة بأنها الشركة التي ينقسم رأسمالها إلى أسهم، وتتكون من شركاء لا يتحملون الخسائر إلا بقدر حصتهم ، ولا يمكن أن يقل عدد الشركاء عن سبعة أشخاص. مع استثناء الشركات ذات رؤوس الأموال العمومية من هذا الشرط المتعلق بعدد الشركاء.

(1) راجع : محمد فريد العريني ، محمد السيد الفقي ، القانون التجاري ، دون طبعة ، منشورات الحلبي الحقوقية ، لبنان، 2002 ، ص 411. أسامة نائل المحيسن، الوجيز في الشركات التجارية والإفلاس، الطبعة الأولى ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، الأردن، 2009 ، ص 126 .

(2) مصطفى كمال طه، وائل أنور بندق، أصول القانون التجاري (الأعمال التجارية -التجار- الشركات التجارية - المحل التجاري -الملكية الصناعية)، دون طبعة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007، ص 253 . هاني دويدار، القانون التجاري ، الطبعة الأولى ، منشورات الحلبي الحقوقية ، لبنان ، 2008 ، ص 689 .

(3) نادية فوضيل، شركات الأموال في القانون الجزائري ، بدون طبعة ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 2003، ص 141 .

V : Patrick Durand et Jacques Latscha , Le groupement d'intérêt économique, Libraires techniques , Paris , 1968 , p.45 .

أ- خصائص شركة المساهمة :

تتميز شركة المساهمة كشخص قانوني واقتصادي بمجموعة من الخصائص عن غيرها من الشركات أهمها (1) :

يقسم رأسمال شركة المساهمة إلى أسهم متساوية القيمة قابلة للتداول بالطرق التجارية ، كما حدد المشرع الجزائري الحد الأدنى لعدد الشركاء في هذه الشركة بسبعة أشخاص، لكنه لم يحدد الحد الأقصى للشركاء. كما أنه لم يشترط أن يكون المساهمون فيها من الأشخاص الطبيعية بل يمكن للأشخاص المعنوية في تأسيس شركة المساهمة .

حصة الشريك فيها قابلة للتداول، كما تكون مسؤوليته محدودة بالحصة التي قدمها في رأسمال الشركة أو بحدود الأسهم التي اكتتبت فيها. ومن ثم فهو لا يكتسب صفة التاجر ولا يلتزم بأي التزام من التزاماته ، كما أن إفلاس الشركة لا يؤدي إلى إفلاس المساهم .

يجب أن تكون شركة المساهمة مسبوقة أو متبوعة بذكر " شكل الشركة ومبلغ رأسمالها " ويجوز إدراج اسم شريك أو أكثر في تسمية الشركة (2)، كما يجب أن يكون اسم الشركة مشتقا من الغرض الذي أنشئت من أجله، فيقال مثلا شركة الإسمنت، أو شركة المساهمة للبناء .

ب- أجهزة شركة المساهمة وممثليها الشرعيين :

الهيئات التي تكون شركة المساهمة بحسب النظام المختار لتسييرها، إن كان بمجلس الإدارة أو بمجلس المديرين . ويتكون نظام مجلس الإدارة من: مجلس الإدارة ورئيس مجلس الإدارة ، الجمعيات العامة للمساهمين .

ويعتبر مجلس الإدارة الهيئة الرئيسية التي تتولى إدارة الشركة وتنفيذ القرارات الصادرة عن جمعية المساهمين تحقيقا لغرض الشركة (3).

يتمتع مجلس الإدارة بالسلطة الفعلية في ممارسة شؤون إدارة شركة المساهمة ، فهو يعد أحد أجهزتها بمفهوم المادة 51 مكرر من قانون العقوبات، كما يعتبر أحد أعضائه المعبرين عن إرادتها .

(1) راجع: إبراهيم سيد أحمد، راندا محمد جادو، الشركات التجارية فقها وقضاء، الطبعة الأولى، المركز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة، 2009، ص 26. محمد فريد العريني، الشركات التجارية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2003، ص 233. نادية معوض، الشركات التجارية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2001، ص 226 .

(2) المادة 593 من القانون التجاري الجزائري .

(3) المادة 622 من القانون التجاري الجزائري: " يخول مجلس الإدارة كل السلطات للتصرف في كل الظروف باسم الشركة ، ويمارس هذه السلطات في نطاق موضوع الشركة ومع مراعاة السلطات المسندة صراحة في القانون لجمعيات المساهمين".

تسأل الشركة كشخص معنوي على التصرفات التي تصدر عن مجلس إدارتها والتي تتعلق بالغرض الذي أنشأت من أجله ، كما تسأل أيضا على التصرفات التي تخرج عن حدود هذا الغرض، إذا كان الغير حسن النية، أي لا يعلم بأن التصرف يخرج عن نطاق اختصاص المجلس أو ثبت من خلال الظروف المحيطة أن الغير كان يجهل فعلا هذا التجاوز وذلك حتى لا تتهرب الشركة من التزاماتها اتجاهه (1).

لا يمكن لمجلس إدارة شركة المساهمة تسيير شؤونها إلا بانتخاب رئيس من بين أعضاء المجلس، ويجب أن يكون شخصا طبيعيا (2) . يتولى هذا الرئيس الإدارة العامة للشركة، فهو يتمتع بسلطات واسعة للتصرف باسم الشركة، تحقيقا لأهدافها وبالتالي فهو عضو فيها يعبر عن إرادتها في علاقاتها مع الغير بصفته ممثلا شرعيا (3).

فرئيس مجلس الإدارة في شركة المساهمة يعد ممثلا شرعيا لها حسب مفهوم المادة 51 مكرر من قانون العقوبات، حيث تقوم المسؤولية الجزائية لشركة المساهمة في حالة قيام رئيس مجلس الإدارة بجريمة تقليد علامة تجارية أو تزويرها أو استعمال علامة مقلدة على بضائع أو منتجات مع العلم بأنها مقلدة .

وباعتبار أن رئيس مجلس الإدارة لا يمكنه القيام بكل أعمال إدارة الشركة (4)، فإنه يجوز لمجلس الإدارة بناء على اقتراح الرئيس أن يعين مديرا عاما شخصا واحدا أو اثنين من الأشخاص الطبيعيين ليساعده (5)، وللمديرين العاميين نحو الغير نفس السلطات التي يتمتع بها الرئيس (6) . وبالتالي يعد المدير العام ممثلا شرعيا لشركة المساهمة بحسب مفهوم المادة 51 مكرر من قانون العقوبات .

حددت المادة 610 من القانون التجاري الجزائري عدد أعضاء مجلس إدارة شركة المساهمة بثلاثة أعضاء على الأقل، وبأثني عشر عضوا على الأكثر.

(1) المادة 623 من القانون التجاري الجزائري .

(2) المادة 635 من القانون التجاري الجزائري .

(3) المادة 638 من القانون التجاري الجزائري : " يتولى رئيس مجلس الإدارة تحت مسؤوليته، الإدارة العامة للشركة ويمثل الشركة في علاقاتها مع الغير " .

(4) راجع : فوزي عطوي ، الشركات التجارية في القوانين الوضعية والشريعة الإسلامية، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي، لبنان، 2005 ، ص 258 .

(5) المادة 639 من القانون التجاري الجزائري .

(6) المادة 641 من القانون التجاري الجزائري .

تعتبر الجمعيات العامة للمساهمين أعلى هيئة في شركة المساهمة، تضم جميع المساهمين وتقوم باتخاذ القرارات بشأن إنشاء الشركة والتصديق على نظامها الأساسي وتعديله . وهي على نوعين: الجمعية العامة العادية والجمعية العامة غير العادية .

تقوم المسؤولية الجزائية لشركة المساهمة في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية في حالة قيام كل من رئيس مجلس إدارة شركة المساهمة والقائمين بإدارتها ومديريها العامين بتقليد علامة تجارية أو استعمال علامة تجارية مقلدة على منتجات أوسلع مع العلم بأنها مقلدة .

يتكون نظام مجلس المديرين من: مجلس المديرين ومجلس المراقبة ، إلى جانب الجمعيات العامة للمساهمين .

إن المادة 642 وما يليها من القانون التجاري الجزائري، تجيز للمساهمين في شركة المساهمة أن يتفقوا في النظام الأساسي للشركة، على تبني نظام إدارة الشركة عن طريق مجلس مديرين بدلا من نظام مجلس الإدارة، الذي يعد نظاما تقليديا على عكس نظام مجلس المديرين الذي هو نظام تسيير كان قد استوحاه القانون التجاري الفرنسي من القانون الألماني .

ويتميز نظام التسيير عن طريق مجلس المديرين بأنه يهدف إلى الفصل بين إدارة الشركة ومراقبتها، إذ أنه عند تولي مجلس المديرين إدارة الشركة، تكون الرقابة من اختصاص مجلس المراقبة. ففي ظل اختيار نمط التسيير عن طريق مجلس المديرين، نصت المادة 643 من القانون التجاري الجزائري على أن يدير شركة المساهمة مجلس مديرين يتكون من ثلاثة إلى خمسة أعضاء على الأكثر.

كما يتمتع مجلس المديرين بسلطات واسعة للتصرف باسم الشركة في كل الظروف، ويمارس هذه السلطات في حدود غرض الشركة، حيث تكون هذه الأخيرة ملزمة في علاقتها مع الغير حتى بأعمال مجلس المديرين غير التابعة لموضوع الشركة ما لم يثبت أن الغير كان سيء النية .

يعد رئيس مجلس المديرين ممثلا شرعي طبقا لأحكام المادة 51 مكرر من قانون العقوبات، غير أنه يجوز أن ينص القانون الأساسي للشركة على منح مجلس المراقبة نفس سلطة تمثيل الشركة لعضو أو أكثر في مجلس المديرين⁽¹⁾.

ويعتبر مجلس المراقبة أحد أجهزة شركات المساهمة إلى جانب مجلس المديرين، وتتمثل مهمامه في الرقابة الدائمة للشركة طبقا لما نصت عليه المواد 654 إلى 656 من القانون التجاري .

(1) المادة 652 من القانون التجاري الجزائري .

نصت المادة 657 من القانون التجاري الجزائري على أنه: " يتكون مجلس المراقبة من سبعة أعضاء على الأقل، ومن اثني عشر عضوا على الأكثر " (1) .

كما ينتخب أعضاء مجلس المراقبة من طرف الجمعية العامة وهم من الأشخاص الطبيعيين أو المعنويين، وفي الحالة الأخيرة يجب تعيين ممثل دائم لها يتحمل المسؤولية الجزائية في حالة ارتكاب جريمة تقليد علامة تجارية أو تزويرها، وفي حالة عزله يجب استخلافه فورا .

نص المشرع الجزائري في المادة 715 مكرر 4 (2) على أنه تعين الجمعية العامة العادية للمساهمين مندوبا للحسابات أو أكثر لمدة ثلاث سنوات ، وتتمثل مهمتهم الدائمة باستثناء أي تدخل في التسيير، في التحقيق في الدفاتر والأوراق المالية للشركة وفي مراقبة انتظام حسابات الشركة وصحتها، كما يدققون في صحة المعلومات المقدمة في تقرير مجلس الإدارة أو مجلس المديرين. وقد نص المشرع الجزائري على المسؤولية الجزائية لمندوبي الحسابات عن الجرائم التي يرتكبونها في المواد 828 إلى 831 من القانون التجاري .

تتحقق المسؤولية الجزائية لشركة المساهمة في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية ، في حالة ارتكاب الممثلين الشرعيين للشركة أو أجهزتها جريمة تقليد علامة تجارية لحساب الشركة وهم: رئيس مجلس إدارة الشركة ، المدير العام، رئيس مجلس المديرين، مجلس المراقبة، مجلس الإدارة ، مجلس المديرين ، وجمعيات المساهمين .

كما أن قيام مسؤولية الشركة جزائيا لا تحول دون قيام مسؤولية الشخص الطبيعي المتمثل في رئيس مجلس إدارة الشركة مثلا عن جريمة التقليد وذلك طبقا لنص المادة 51 / 2 مكرر من قانون العقوبات الجزائري .

(1) المادة 657 من القانون التجاري الجزائري .

(2) المادة 715 مكرر 4 من القانون التجاري الجزائري .

2- شركة التوصية بالأسهم :

نظم المشرع الجزائري شركة التوصية بالأسهم في المواد من 715 ثالثا إلى 715 ثالثا 10 من القانون التجاري . وقد عرفها في المادة 715 ثالثا على أنها تلك التي يقسم رأسمالها إلى أسهم وتتكون بين شريك متضامن أو أكثر لهم صفة التاجر، يسألون بالتضامن عن ديون الشركة، وبين شركاء موصين لهم صفة المساهمين ولا يتحملون الخسائر إلا في حدود حصصهم، ولا يمكن أن يقل عدد الشركاء الموصين عن ثلاثة .

أ- خصائص شركة التوصية بالأسهم :

شركة التوصية بالأسهم هي شركة يقسم رأسمالها إلى أسهم وتتكون بين شريك متضامن أو أكثر لهم صفة التاجر، يسألون بالتضامن عن ديون الشركة لا تنتقل حصصهم إلى الورثة بالوفاة . وبين شركاء موصين لهم صفة المساهمين ولا يتحملون الخسائر إلا في حدود حصصهم ولا يكتسبون صفة التاجر ولا يجوز لهم التدخل في الإدارة، فهم في ذات المركز القانوني للشركاء المساهمين في شركة المساهمة حصصهم تمثل بأسهم قابلة للتداول وتنتقل ملكيتهم بالوفاة (1).

يتألف عنوان الشركة من اسم أحد الشركاء المتضامنين أو أكثر دون غيرهم، لا تذكر أسماء الموصين وإذا دخل اسم أحدهم، يلتزم اتجاه الغير حسن النية وبالتضامن عن ديون الشركة كما لو كان شريكا متضامنا. ويجب أن يكون عنوان الشركة مسبقا بعبارة شركة المساهمة مع بيان رأسمالها وغاياتها حتى يعلم الغير الذي يتعامل معها .

ب- أجهزة شركة التوصية بالأسهم وممثلها الشرعيين :

إن تعيين المسير أو المسيرين الذين يتولون مباشرة تكوين الشركة يكون بموجب العقد التأسيسي للشركة . تلقى على عاتق المسيرين نفس التزامات مؤسس شركة المساهمة من حيث إجراءات تأسيس الشركة، تحرير العقد ... الخ (2) .

تلتزم شركة التوصية بالأسهم بأعمال المسير باعتباره ممثلا شرعيا لها طبقا لأحكام المادة 51 مكرر من قانون العقوبات الجزائري ، حيث يتمتع المسير بأوسع السلطات للتصرف باسم الشركة في كل الظروف (3) .

(1) راجع : أحمد أبو الروس، موسوعة الشركات التجارية ، المكتب الجامعي الحديث ،الإسكندرية، 2002 ، ص 354.

(2) المادة 715 ثالثا 1 من القانون التجاري الجزائري .

(3) المادة 715 ثالثا 4 من القانون التجاري الجزائري .

أما إذا تعدد مسيرو الشركة، فتكون لهم جميع السلطات في إدارة شؤونها وتسيير أعمالها، وإذا عارض أحد المسيرين عمل الآخرين، تبقى الشركة ملزمة في مواجهة الغير حسن النية (1) .

كما تخضع الشركة لرقابة مراقب واحد أو عدة مراقبين للحسابات، يتم تعيينهم من طرف الجمعية (2)، وتتخصص مهمتهم في مراقبة سير أعمال الشركة، وتطبق عليهم الأحكام المتعلقة بشركات المساهمة فيما يخص شروط تعيينهم، سلطاتهم، مسؤولياتهم وعزلهم (3).

يتولى مجلس المراقبة الرقابة الدائمة لتسيير الشركة، فهو يتمتع بنفس سلطات مندوبي الحسابات. ويلتزم المجلس بتقديم تقرير سنوي للجمعية العامة العادية يتضمن المخالفات والأخطاء الموجودة في الحسابات السنوية، ويجوز له استدعاء الجمعية العامة للمساهمين (4) .

طبقا لما جاء في نص المادة 715 ثالثا 9 من القانون التجاري الجزائري لا يتحمل أعضاء مجلس المراقبة أية مسؤولية عن أعمال تسيير الشركة والنتائج المترتبة عنها، لكن يتحملون مسؤولية شخصية عن الأخطاء المرتكبة خلال مدة وكالتهم .

وبالتالي تكون شركة التوصية بالأسهم مسؤولة جزائيا عن الجرائم التي ترتكب لحسابها من طرف ممثلها الشرعي أو أجهزتها. أي تتحقق المسؤولية الجزائية لشركة التوصية بالأسهم في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية، في حالة استعمال المسير أو الجمعية العامة للمساهمين ومجلس المراقبة علامة تجارية مقلدة على منتجات أو بضائع وذلك لحساب الشركة. كما أن قيام مسؤولية الشركة جزائيا لا تحول دون قيام مسؤولية مسيرها (الممثل الشرعي) عن نفس الجريمة وذلك طبقا لنص المادة 2/51 مكرر من قانون العقوبات .

3- الشركة ذات المسؤولية المحدودة :

تنص المادة 564 من القانون التجاري الجزائري على أنه : « تؤسس الشركة ذات المسؤولية المحدودة من شخص واحد أو عدة أشخاص لا يتحملون الخسائر إلا في حدود ما قدموا من حصص .

إذا كانت الشركة ذات المسؤولية المحدودة المؤسسة طبقا للفقرة السابقة لا تضم إلا شخصا واحدا " كشريك وحيد " تسمى هذه الشركة " مؤسسة ذات الشخص الوحيد وذات المسؤولية المحدودة" .

(1) المادة 715 ثالثا 5 من القانون التجاري الجزائري .

(2) المادة 715 ثالثا 3 من القانون التجاري الجزائري .

(3) فوزي عطوي ، الشركات التجارية في القوانين الوضعية والشريعة الإسلامية ، المرجع السابق ، ص 333 .

(4) المادة 715 ثالثا 7 من القانون التجاري الجزائري .

أ- خصائص الشركة ذات المسؤولية المحدودة :

إن الشركة ذات المسؤولية المحدودة هي شركة تجارية بحسب الشكل ، يجب ألا يزيد فيها عدد الشركاء عن 20 شريكا، وهو ما نصت عليه المادة 590 من القانون التجاري الجزائري، ويجوز أن يقل عدد الشركاء فيها عن اثنين .

تؤسس الشركة ذات المسؤولية المحدودة من شخص واحد أو عدة أشخاص لا يتحملون الخسائر إلا في حدود ما قدموا من حصص، وإذا كانت هذه الشركة لا تضم إلا شخصا واحدا كشريك وحيد تسمى " مؤسسة ذات الشخص الوحيد وذات المسؤولية المحدودة " (1). وتعتبر الشركة ذات المسؤولية المحدودة مزيجا من شركة الأشخاص وشركة الأموال (2).

لا يسأل الشريك في الشركة ذات المسؤولية المحدودة عن ديونها إلا بقدر الحصة المقدمة في رأس مال الشركة التي يجب أن تكون عينية أو نقدية، إذ لا يحق للشريك أن يقدم عمله كحصة في الشركة . ولا يكتسب الشريك صفة التاجر بسبب انضمامه إلى الشركة ما لم تكن له هذه الصفة من قبل، ومن ثم فلا يؤدي شهر إفلاس الشركة إلى شهر إفلاس الشركاء .

لا يجوز تأسيس الشركة ذات المسؤولية المحدودة أو زيادة رأسمالها أو الاقتراض لحسابها عن طرق الاكتتاب العام ، كما لا يجوز لها إصدار أسهم أو سندات قابلة للتداول .

لا تُحل الشركة ذات المسؤولية المحدودة بوفاة أحد الشركاء وإنما تنتقل حصة كل شريك بوفاته إلى ورثته. وللشركة ذات المسؤولية المحدودة أن تتخذ اسما خاصا، ويجوز أن يكون اسمها مستمدا من غرضها، كما يجوز أن تتخذ عنوانا يضم اسم شريك أو أكثر، على أن يشتمل اسمها على ما يدل على خاصيتها وهي عبارة " شركة ذات مسؤولية محدودة " أو الأحرف الأولى فيها أي " ش.ذ.م.م " وهو ما نصت عليه الفقرة الأخيرة من المادة 564 من القانون التجاري الجزائري .

(1) المادة 564 من القانون التجاري الجزائري .

(2)V: Macel Brisse et Jacques Richard, Société à responsabilité limitée , Libraires techniques , Paris ,1980 , p.20.

ب- أجهزة الشركة ذات المسؤولية المحدودة وممثليها الشرعيين :

يدير الشركة ذات المسؤولية المحدودة شخص واحد أو عدة أشخاص طبيعيين⁽¹⁾، يعين من طرف الشركاء في عقد الشركة التأسيسي فيسمى مديرا نظاميا، أو باتفاق لاحق فيسمى بالمدير غير النظامي⁽²⁾.

يحدد عقد الشركة التأسيسي عادة سلطة المدير أو سلطة المدراء في حال تعدد هؤلاء ويسري هذا التحديد في العلاقة بين المدير والشركاء وهذا ما قضت به المادة 577 من القانون التجاري الجزائري بقولها : " يحدد القانون سلطات المديرين في العلاقات بين الشركاء وعند سكوت القانون الأساسي تحدها المادة 554 أعلاه " .

حيث تنص المادة 554 من القانون التجاري على أنه يجوز للمدير في العلاقات بين الشركاء، وعند عدم تحديد سلطاته في القانون الأساسي أن يقوم بكافة أعمال الإدارة لصالح الشركة . ويؤخذ من هذا النص أن سلطات المدير أو المديرين يمكن تقييدها في العقد التأسيسي للشركة أوفي القرار الذي يصدر بتعيينه، على أنه يجوز أن تكون هذه السلطة واسعة المدى في النيابة عن الشركة في حالة عدم تحديدها في القانون الأساسي، هذا فيما يتعلق بسلطات المديرين في العلاقات بين الشركاء ، أما في العلاقات مع الغير فلا يسري هذا الحكم ، إذ يحق للمدير في مواجهة الغير أن يلم بجميع أعمال الإدارة لصالح الشركة .

إذن يسأل المدير أوالمسير مسؤولية جزائية عن الأفعال والتصرفات التي يرتكبها بمناسبة إدارة نشاط الشركة ،أي أن المدير أوالشريك القائم بالإدارة يسأل مسؤولية جزائية عن جريمة تقليد العلامة التجارية أوتزويرها التي يرتكبها بمناسبة هذه الإدارة . وبالتالي تكون الشركة مسؤولة جزائيا عن جريمة تقليد العلامة التي ارتكبها ممثلها الشرعي لحسابها .

أما بالنسبة للجمعية العامة فيترأسها مدير الشركة⁽³⁾ وتتعدد باستدعاء منه أو من قبل شريك أو أكثر يمثلون على الأقل ربع رأس مال الشركة، أو عن طريق القضاء يعين مكلفا باستدعاء الشركاء لحضور الجمعية العامة وتحديد جدول أعمالها⁽⁴⁾ .

⁽¹⁾ V : Antoine Colens , Les sociétés de personnes à responsabilité limitée , F.Larcier , 1960 , p.100.

⁽²⁾ المادة 576 من القانون التجاري الجزائري .

⁽³⁾ المادة 583 من القانون التجاري الجزائري .

⁽⁴⁾ المادة 580 من القانون التجاري الجزائري .

بالتالي تتم إدارة الشركة ذات المسؤولية المحدودة من قبل مدير أو أكثر، ويوجد إلى جانبه الجمعية العامة للشركاء، وهم يمثلون إرادة الشركة ذات المسؤولية المحدودة في حدود الاختصاصات الموكلة لكل واحد منهم، وهم من تسأل الشركة ذات المسؤولية المحدودة جزائيا عن تصرفاتهم المجرمة التي يرتكبونها لحسابها حسب مفهوم المادة 51 مكرر من قانون العقوبات .

من خلال ما سبق يمكن القول أنه تتحقق المسؤولية الجزائية للشركة ذات المسؤولية المحدودة في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية، في حالة استعمال المدير أو المسير أو الجمعية العامة للمساهمين علامة تجارية مقلدة على منتجات أو بضائع وذلك لحساب الشركة .

كما أن قيام مسؤولية الشركة جزائيا لا تحول دون قيام مسؤولية المسير أو مدير الشركة عن نفس الجريمة وذلك طبقا لنص المادة 2/51 مكرر من قانون العقوبات .

أما بالنسبة للمؤسسة ذات الشخص الوحيد وذات المسؤولية المحدودة، يضع المدير تقرير التسيير ويقوم بإجراء الجرد ويعد الحسابات السنوية، ويصادق الشريك الوحيد على الحسابات بعد تقرير محافظي الحسابات في أجل ستة أشهر اعتبارا من اختتام السنة المالية ، ولا يجوز للشريك الوحيد تفويض سلطاته⁽¹⁾.

ومنه إذا قام مدير المؤسسة ذات الشخص الوحيد باستعمال علامة مقلدة على منتجات الشركة أو بيعها مع العلم بأنها مقلدة تقوم المسؤولية الجزائية للمؤسسة عن هذه الجريمة التي قام بها ممثلها لحسابها الخاص، وهذا لا ينفي قيام المسؤولية الجزائية لمدير المؤسسة عن جريمة استعمال علامة مقلدة أو بيعها وذلك طبقا لنص المادة 2/51 مكرر من قانون العقوبات الجزائري .

وبتطبيق الأحكام العامة المنصوص عليها في المادة 51 مكرر من قانون العقوبات والأحكام الخاصة بالشركات التجارية على جرائم العلامات التجارية، يمكن القول أنه تقوم المسؤولية الجزائية للشركات التجارية في حالة ارتكاب أحد أجهزتها أو ممثليها الشرعيين إحدى جرائم العلامات التجارية. كما أن المسؤولية الجزائية للشركات التجارية في جرائم العلامات التجارية لا تمنع من مساءلة الشخص الطبيعي كفاعل أصلي أو شريك عن نفس الأفعال .

(1) المادة 584 من القانون التجاري الجزائري .

الفرع الثالث

المسؤولية الجزائية عبر مراحل الشخص المعنوي الخاص في جرائم العلامات التجارية

إذا كان الشخص المعنوي حقيقة اجتماعية يسلم بها المشرع ، فإنه حقيقة قانونية تجعل كسب الشخصية المعنوية رهنا بإرادة المشرع . وتبدأ المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي كقاعدة عامة بميلاد هذا الشخص وتنقضي بانقضاء حياته، على خلاف الشخص الطبيعي الذي حدد القانون الوقت المناسب الذي يمكن معه مساءلته عن أفعاله وتصرفاته .

ينعم الشخص المعنوي بحياة قانونية على غرار الشخص الطبيعي، بدءا من التاريخ الذي يستكمل به مقومات وجوده، ويتم الاعتراف به سواء كان عاما أو خاصا، وكما تنقضي الحياة القانونية للشخص الطبيعي بالوفاة الطبيعية أو الحكومية، فإن حياة الشخص المعنوي تنقضي بتعدد الأسباب المقررة في القانون المدني أو التجاري⁽¹⁾ .

يهدف الشخص المعنوي الخاص إلى تحقيق مصالح خاصة به وبالأشخاص الطبيعيين المكونين له، وفي سبيل تحقيق ذلك، يمكن أن ينحرف عن السلوك الصحيح ويرتكب مجموعة من الجرائم من أهمها جرائم العلامات التجارية . وحماية للمجتمع من خطورة الأشخاص المعنوية ، قرر مساءلتها جزائيا عبر كل مراحل وجودها عن الجرائم التي ترتكبها سواء في مرحلة التأسيس والتسيير (أولا) أو في مرحلة انتهائه أي التصفية والاندماج (ثانيا).

(1) محمد عبد الرحمان بوزير، المسؤولية الجنائية للأشخاص الاعتباريين عن جرائم غسل الأموال ، المرجع السابق،

أولاً- مساءلة الشخص المعنوي الخاص جزائياً في مرحلة التأسيس والتسيير:

اختلفت التشريعات حول إسناد الشخصية القانونية للشخص المعنوي، كما أن زوالها غير متفق عليه أيضاً، وهذا الخلاف حول بداية ونهاية هذه الشخصية أدى إلى صعوبة تحديد تاريخ اكتساب الشخص المعنوي للأهلية الجزائية .

لا يمكن أن تسند المسؤولية الجزائية إلى العدم، بمعنى أن المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي تفترض صدور الفعل المجرم عن شخص استكمل مقومات وجوده، ولا يزال يباشر نشاطه بصفة عادية متمتعا بكامل صلاحياته القانونية. ومن ثم ، إذا ارتكبت جرائم الاعتداء على العلامة التجارية في فترة تأسيسه، هل يجوز مساءلته جزائياً عنها ؟ وهل يتغير الوضع بعد استكمال إجراءات القيد ومباشرة نشاطه وتسييره تحقيقاً للأهداف التي أنشئ من أجلها ؟

1- مساءلة الشخص المعنوي الخاص جزائياً في مرحلة التأسيس :

لقد أثبت الواقع أن الأشخاص المعنوية التي لها صفة التاجر يمكن أن ترتكب جرائم العلامات التجارية، التي تؤدي إلى الاعتداء على المصلحة العامة للبلاد، فهي تتجه إلى تعطيل السياسة الاقتصادية التي وضعتها السلطات العامة، كتقليد الشركات التجارية لعلامة تجارية مملوكة لشخص آخر. وبحكم أن الجرائم الواقعة على العلامات التجارية، لا تقل خطورة عن الجرائم التقليدية الواقعة على الأشخاص والأموال، تدخلت التشريعات الجزائية في معظم الدول لتوفير الحماية الجزائية وذلك بفرض عقوبات رادعة على مرتكبي هذه الجرائم .

حتى يتم إسناد المسؤولية الجزائية لابد من وجود شخصية قانونية طبيعية أو معنوية، فإذا كانت الشخصية القانونية لا تقوم قبل عملية التسجيل والقيد في السجل التجاري ، فإن ذلك يعني عدم قيام المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية عن الجرائم المرتكبة في مرحلة التأسيس⁽¹⁾.

ويرى فقهاء القانون التجاري في فرنسا⁽²⁾، أن الشركة قد تتأسس قبل تسجيلها، وذلك باستكمال إجراءات التأسيس، ولكن كشركة لا تتمتع بشخصية قانونية. وإذا كانت فترة التأسيس من الناحية العملية يجب أن تكون قصيرة ، فإنه لا يوجد أي أجل يفرض على المؤسسين لتسجيلها. وبالتالي قد يحدث أن تتضمن عقود تأسيس الشركة بنوداً تخول فيها كل السلطات لمسيرها للتصرف باسم الشركة التي هي في طور التأسيس وقبل تسجيلها ، ومن ثم تكون قريبة من الشركة الفعلية .

(1) محمود داود يعقوب ، المسؤولية في القانون الجنائي الاقتصادي ، المرجع السابق ، ص 260 .

(2) V: Isabelle Urbain-Parléani, Les limites chronologiques a la mise en jeu de la responsabilité pénale des personnes morales, Revue des sociétés , édition Dalloz , Paris , Janvier- Mars 1993 , p.241.

أما في القانون المصري فلا تسأل الشركة عن أفعال مؤسسيتها ما لم تكن ضرورية لتأسيسها. أما إذا رفضت الجهة المختصة اعتماد تصرفات المؤسسين التي هي عبارة عن جرائم، فإن المسؤولية الجزائية عنها تنحصر في المؤسسين ولا تنتقل إلى الشركة (1).

نصت المادة 549 من القانون التجاري الجزائري على أنه: " لا تتمتع الشركة بالشخصية المعنوية إلا من تاريخ قيدها في السجل التجاري. وقبل إتمام هذا الإجراء يكون الأشخاص الذين تعهدوا باسم الشركة ولحسابها متضامنين من غير تحديد أموالهم، إلا إذا قبلت الشركة، بعد تأسيسها بصفة قانونية أن تأخذ على عاتقها التعهدات المتخذة .

فتعتبر التعهدات بمثابة تعهدات الشركة منذ تأسيسها " .

الأصل أن تخضع الشركة لأحكام المسؤولية الجزائية من تاريخ قيدها في السجل التجاري ، فإذا ارتكبت جريمة يعاقب عليها القانون خلال فترة تأسيسها ، فهل يمكن مساءلتها جزائيا طبقا لأحكام المادة 51 مكرر من قانون العقوبات الجزائري ؟

لقد سبق القول، أن المشرع الجزائري كرس المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية بعد تعديل قانون العقوبات سنة 2004، لكن نص المادة 549 من القانون التجاري أنكر المسؤولية الجزائية للشركة في مرحلة تأسيسها، مادامت لم تكتسب الشخصية المعنوية بعد .

ما يؤيد هذا الرأي، أن المسؤولية الجزائية تستلزم ارتكاب واقعة تنسب إلى الشخص المعنوي ، فكيف يمكن القول بإسناد الجريمة إلى شخص لم يوجد بعد ؟

تبعاً لذلك استقر الفقه على أن الأفعال التي تمت خلال مرحلة تأسيس الشخص المعنوي لا يمكن أن ترتب مسؤولية مؤسسيتها كأشخاص طبيعيين. لأن الأمر يتعلق بأشخاص معنوية خيالية قد لا تظهر للوجود أصلاً⁽²⁾. كما أن الأفعال التي تمت خلال هذه المرحلة لا يمكن أن يسأل عنها الشخص المعنوي، لأنه ظهر إلى الوجود في مرحلة لاحقة لارتكابها⁽³⁾.

(1) المادة 13 من قانون الشركات المصري رقم 159 لسنة 1981 المعدل بالقانون 3 لسنة 1998 .

(2) راجع : لقمان بامون ، المسؤولية الجنائية للشخص المعنوي عن جريمة تلويث البيئة ، مذكرة ماجستير في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة قاصدي مرياح ، ورقلة ، 2010-2011 ، ص 108.

(3) Frédéric Desportes et Francis Le Gunehec , Responsabilité pénale des personnes morales , édition techniques juris-classeur , Paris , 1994 , p.588 .

يعتبر معيار الشخصية المعنوية عنصرا ضروريا لتقرير المسؤولية الجزائية ، وأنه متى ثبتت هذه الشخصية للشركات التجارية أصبح من الممكن مساءلتها جزائيا عن جرائم العلامات التجارية المرتكبة. ومن ثم، لا مسؤولية لأشخاص لا تتمتع بالشخصية المعنوية كشركة المحاصة، فهي شركة مستترة ليس لها وجود ظاهري أمام الغير. وفي حالة ارتكاب جريمة تقليد علامة تجارية تحت غطاء هذه الشركة ، فإن المسؤولية تقع على المديرين أو أعضاء الشركة، ولا تخضع هذه الشركة للمسؤولية الجزائية (1).

وأخيرا نستنتج أن جرائم العلامات التجارية المرتكبة خلال فترة التأسيس أو الإنشاء لا تنسب إلى الشركات كأشخاص معنوية خاصة، لأنها لم تكتسب الشخصية المعنوية بعد، بل يسأل عنها مؤسسوها الذين قاموا بهذه الجرائم عمدا .

2- مساءلة الشخص المعنوي جزائيا في مرحلة التسيير:

لقد أقرت معظم التشريعات الحديثة مسؤولية الشخص المعنوي جزائيا إلى جانب مسؤولية الشخص الطبيعي، ضمانا لإنجاح سياسة العقاب في مكافحة إجرام الشخص المعنوي . كما أن مساءلة هذا الأخير عن الجرائم التي يرتكبها القائمون على إدارته وممثلوه باسمه ولحسابه تجعله يبذل جهدا كافيا وعناية لازمة من أجل الإشراف الفعلي والرقابة الجدية على أعمالهم وتصرفاتهم، تفاديا للمسؤولية الجزائية التي قد تتقل كاهله أكثر من تلك التي تصيب الشخص الطبيعي الذي يمثله قانونا . بالرجوع إلى نص المادة 51 مكرر من قانون العقوبات الجزائري والمادة 121-2 من قانون العقوبات الفرنسي، يكون الشخص المعنوي الخاص مسؤولا جزائيا عن الجرائم التي ترتكب لحسابه من طرف أجهزته أو ممثليه الشرعيين ، عندما ينص القانون على ذلك .

ومن أهم جرائم التسيير التي ترتكب أثناء ممارسة الشخص المعنوي لنشاطه من طرف القائمين على إدارته جريمة الغش التجاري، فيسأل الشخص المعنوي مسؤولية جزائية إذا ارتكبها أحد أعضائه أو ممثليه بشرط أن تعود عليه بالمنفعة. وفي هذا الصدد نص المشرع الجزائري في المادة 435 مكرر من قانون العقوبات الجزائري على أنه : " يكون الشخص المعنوي مسؤولا جزائيا عن الجرائم المعرفة في هذا الباب ، وذلك طبقا للشروط المنصوص عليها في المادة 51 مكرر من هذا القانون .

تطبق على الشخص المعنوي عقوبة الغرامة ، حسب الكيفيات المنصوص عليها في المادة 18 مكرر، وفي المادة 18 مكرر 2 عند الاقتضاء ... " .

(1) رامي يوسف محمد ناصر، المرجع السابق ، ص 36 .

طبقا لهذا النص، يسأل الشخص المعنوي جزائيا عن الجرائم المتعلقة بالغش في العلامات التجارية، إذا ما ارتكبت من طرف أجهزته أو ممثليه الشرعيين طبقا للمادة 51 مكرر من قانون العقوبات الجزائري، وكان من وراء ذلك تحقيق منفعة له. وتطبق على الشخص المعنوي عقوبات منصوص عليها في المادة 18 مكرر والمادة 18 مكرر 2 من قانون العقوبات الجزائري دون أن تستبعد مسؤولية الشخص الطبيعي عن تلك الجرائم⁽¹⁾.

كما جرم المشرع الجزائري في قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 09-03 محاولة التدليس أو الخداع في العلامات التجارية حتى وإن لم تصل هذه المحاولة إلى النتيجة المرجوة لأمر خارجة عن إرادة الجاني⁽²⁾.

ثانيا - مساءلة الشخص المعنوي الخاص جزائيا في مرحلة التصفية والاندماج :

تتقضي الحياة القانونية للشخص المعنوي عندما يحل به سبب من الأسباب المؤدية إلى زواله، وهذه الأخيرة مقررة في القانون المدني والتجاري وتختلف بحسب نوعية الشخص المعنوي ووفقا لاعتبارات معينة⁽³⁾.

تتميز مرحلة انقضاء الشخص المعنوي عن المراحل الأخرى من حياته ، بأن الجرائم المرتكبة أثناءها تكون أكثر خطرا وإضرارا بالغير⁽⁴⁾. ولا يترتب على انقضاء الشخص المعنوي اختفاؤه مباشرة بل يظل قائما لفترة معينة. وبالتالي، السؤال المطروح : هل تقتضي الشخصية المعنوية للشخص المعنوي بمجرد حله أو اندماجه في شخص معنوي آخر؟ وهل يمكن أن يتحمل الشخص المعنوي المسؤولية الجزائية عن الجرائم الواقعة على العلامات التجارية المرتكبة باسمه أثناء مرحلة تصفيته واندماجه؟

(1) ويزة بلعسلي ، المرجع السابق ، ص 156 .

(2) المادتان 68 و 69 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الجزائري .

(3) محمد أحمد سلامة الشروش ، المرجع السابق ، ص 63 .

(4) مطيع منصور كنعان ، المرجع السابق ، ص 42 .

1- مساءلة الشخص المعنوي الخاص جزائيا في مرحلة التصفية :

يترتب عن حل الشخص المعنوي دخوله في مرحلة التصفية، حيث يتولى من خلالها المصفي العمل على إنهاء معاملاته وجمع أصوله ، بهدف خلاص الدائنين وتوزيع ما بقي على الشركاء . ويقصد بالتصفية مجموع الأعمال التي ترمي إلى إنهاء العمليات المتعلقة بحل الشخص المعنوي واستيفاء حقوقه وتحويل مفردات أصوله إلى نقود وسداد ديونه وقسمة الباقي بين الشركاء كل حسب مساهمته. ويسمى الشخص المعهود له بعملية التصفية بالمصفي⁽¹⁾ ، لأن سلطة المدير تنقضي تبعا لانقضاء الشخص المعنوي⁽²⁾ .

نص المشرع الجزائري على المصفي في نص المادة 788 من القانون التجاري : " يمثل المصفي الشركة وتخول له السلطات الواسعة لبيع الأصول ولو بالتراضي. غير أن القيود الواردة على هذه السلطات الناتجة عن القانون الأساسي أو أمر التعيين لا يحتج بها على الغير. وتكون له الأهلية لتسديد الديون وتوزيع الرصيد الباقي ... " .

تحتفظ الشركة بالشخصية المعنوية خلال مدة التصفية وبالقدر اللازم لأعمال التصفية ، ويمثلها خلال هذه المدة المصفي باعتباره ممثلها ونائبها القانوني. لذلك يمكن القول أنه إذا قام المصفي بجريمة تقليد علامة تجارية أو استعمال علامة مقلدة على منتجات مع العلم بأنها مقلدة لحساب الشخص المعنوي (الشركة) فإن هذا الأخير يسأل عنها جزائيا لتوافر شروط إسناد المسؤولية الجزائية⁽³⁾ .

كما نص المشرع على المسؤولية الجزائية للمصفي في نص المادة 776 من القانون التجاري الجزائري على ما يلي : "يكون المصفي مسؤولا تجاه الشركة والغير عن النتائج الضارة الحاصلة عن الأخطاء التي ارتكبها أثناء ممارسته لمهامه " .

(1) راجع : عريبة بن عثمان ، خصوصية القواعد الموضوعية في القانون الجنائي الاقتصادي ، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة تونس، المنار، 2006-2007 ، ص 119 .

(2) محمد عبد الرحمان بوزير، المرجع السابق ، ص 46 .

(3) عزيز المكيلي ، الوسيط في الشركات التجارية ، دراسة فقهية قضائية مقارنة في الأحكام العامة والخاصة ، الطبعة الأولى ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، 2008 ، ص 155 .

إن نفي المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية خلال مرحلة التصفية سوف يؤدي إلى ارتكاب العديد من الجرائم من قبل الأعضاء المكونين للشخص المعنوي كجرائم تقليد العلامات التجارية. وهذا الأمر الذي أدى إلى إجماع كل من الفقه والقضاء والتشريع على إمكانية متابعة الأشخاص المعنوية عن الجرائم المرتكبة أثناء مرحلة التصفية وقبل الحل، مادامت أن شخصيتها المعنوية لا تزال قائمة .

وتكمن الفائدة من وراء إقرار المتابعة الجزائية بعد الحل وقبل نشر إعلان قفل التصفية ، في إمكانية تطبيق عقوبة الغرامة أو المصادرة وعدم استبعاد مصلحة الخزينة العامة في الاستفادة من الذمة المالية للأشخاص المعنوية⁽¹⁾. وهذا ما اعتمده المشرع الفرنسي في المادة 133 فقرة أولى من قانون العقوبات⁽²⁾، حيث نصت على أن حل الشخص المعنوي يمنع وينهي تنفيذ العقوبة إلا ما كان يتعلق بالغرامة أو المصادرة ، ويمكن تنفيذها بعد الحل وقبل قفل عمليات التصفية .

وفي الأخير يعتقد أن المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية أثناء مرحلة التصفية قائمة متى توافرت شروطها، وهي ارتكاب جريمة الاعتداء على العلامة التجارية من طرف ممثلها القانوني ولحسابها، على أن تكون العقوبة المطبقة خلال هذه الفترة هي الغرامة أو المصادرة لأنهما العقوبتان الملائمتان للأشخاص المعنوية بعد حلها بسبب بقاء ذمتها المالية .

⁽¹⁾V: Claude Ducouloux-Favard ,Claude Garcin , La responsabilité pénale des personnes morales , Lamy droit des affaires , édition Lamy , Paris , 2012 , p.75.

⁽²⁾ Article 133-1 Code pénal modifié par Loi n°92-1336 du 16 décembre 1992 - art. 353 JORF 23 décembre 1992 en vigueur le 1er mars 1994:

“Le décès du condamné ou la dissolution de la personne morale, sauf dans le cas où la dissolution est prononcée par la juridiction pénale, la grâce et l'amnistie, empêchent ou arrêtent l'exécution de la peine. Toutefois, il peut être procédé au recouvrement de l'amende et des frais de justice ainsi qu'à l'exécution de la confiscation après le décès du condamné ou après la dissolution de la personne morale jusqu'à la clôture des opérations de liquidation “.

2- مساءلة الشخص المعنوي الخاص جزائيا في مرحلة الاندماج أو الانفصال :

قد تنقضي الشركة كشخص معنوي قبل حلول أجلها إذا كانت إرادة الشركاء تتجه نحو إدماجها في شركة أخرى⁽¹⁾. فإذا اندمجت شركة في شركة أخرى قائمة تنقضي الشركة المندمجة نهائيا وتفقد شخصيتها المعنوية وتحل محلها الشركة الدامجة⁽²⁾.

يقصد بالاندماج عقد يبرم بين شركتين أو أكثر بمقتضاه تتوحد ذمتها المالية، فيجتمع كافة الشركاء في شركة واحدة عن طريق انقضاء كافة الشركات المندمجة وحلول شركة جديدة محل هذه الشركات ، أو بأن تضم شركة بقية الشركات إليها⁽³⁾.

أما فيما يتعلق بمسألة اندماج شركة في أخرى بعد ارتكابها جريمة وقبل متابعتها جزائيا، فإن حلها عن طريق الاندماج بطريق الضم يؤدي إلى زوال شخصيتها المعنوية(الشركة المندمجة المرتكبة للجريمة)⁽⁴⁾. ومن ثم، فإن هذه الأخيرة تجد في الاندماج بطريق الضم إمكانية التهرب من المسؤولية والعقاب بعد أن تأسست من جديد⁽⁵⁾.

أما فيما يخص مدى تحقق المسؤولية الجزائية للشركة الدامجة (الجديدة) عن الجرائم المرتكبة من طرف أعضاء وممثلي الشركة المندمجة ولحسابها ، فقد رأى القضاء الفرنسي بعدم جواز مساءلة الشركة الدامجة جزائيا عن الجرائم التي ارتكبتها الشركة المندمجة، وذلك على أساس المادة 121-2 من قانون العقوبات التي نصت على أنه : " لا يسأل أحد إلا عن فعله الشخصي " .

وبناء على ذلك، لا يرتب اندماج شركة في شركة أخرى المسؤولية الجزائية على الشركة المندمجة مرتكبة الفعل بواسطة أعضائها أو ممثليها باسمها ولحسابها ولا على الشركة الدامجة التي انتقلت إليها الذمة المالية للشركة المندمجة ، لأن هذه الأخيرة بعد حلها بدون تصفية لا يعد لها وجود.

(1) المادة 744 من القانون التجاري الجزائري .

(2) عمار عمور، المرجع السابق ، ص 16 .

(3) راجع : سامي عبد الباقي أبو صالح ، قانون الأعمال ، الطبعة الثانية ، دار النهضة العربية ، القاهرة، 2003 ، ص 497 .

(4) Thierry Delmaso, op. cit, p.12 .

(5) ويزة بلعسلي ، المرجع السابق، ص 171 .

وهنا أثار الفقه الفرنسي فكرة انتقال المسؤولية الجزائية من عاتق الشركة المندمجة إلى عاتق الشركة الدامجة، بسبب خطر الغش والتحايل على القانون في حالة حل الشركة بقرار إرادي للشركاء قصد التخلص من المسؤولية الجزائية (1).

بالإضافة إلى أن الشركاء في الشركة المندمجة يصبحون شركاء في الشركة الدامجة ، وبالتالي ستنظر العناصر التي ارتكبت الجريمة في الشركة الدامجة .

ولكن تعرض هذا الرأي لانتقادات كثيرة، من أهمها عدم إمكانية الإبقاء على المسؤولية الجزائية إلى ما بعد حل الشركة التجارية كشخص معنوي في حالة الاندماج تطبيقاً لمبدأ لا يسأل أحد إلا عن فعله الشخصي.

وأمام غياب النص في التشريع الجزائري فيمكن الرجوع للقضاء الفرنسي، وبالتالي فالشركة التجارية الدامجة لا تتحمل المسؤولية الجزائية عن جرائم العلامات التجارية التي ترتكبها الشركة المندمجة تطبيقاً لمبدأ المسؤولية عن الفعل الشخصي، كما أن الشركة المندمجة لا تتحمل المسؤولية عن جرائم العلامات التجارية المرتكبة بواسطة أعضائها أو ممثليها وذلك لأنها تحل وجوباً دون تصفية وبالتالي لا يعد لها وجود قانوني .

وأخيراً يمكن القول أنه نظراً للتطور الحاصل في العلاقات الاقتصادية والاجتماعية، وما صاحبه من تزايد في النشاط التجاري، وبعد أن كان الاقتصاد يقوم على النشاط الفردي للأشخاص الطبيعيين، أصبح يرتكز على تجمع من الأفراد والثروات في شكل شركات ومؤسسات، مما أدى إلى تعاضد دور الأشخاص المعنوية في مجال الإنتاج والتوزيع والاستهلاك، فقد اتجهت بعض التشريعات الجنائية إلى قبول فكرة مسؤولية الشخص المعنوي جنائياً عن الجرائم التي يرتكبها على نحو مؤسسي وليس فردياً .

وقد سعى الفقه إلى ضرورة تقرير هذه المسؤولية لضمان نجاح السياسة الاقتصادية وحماية المستهلك، نظراً لارتباط مصالحه بهذه السياسة ، ذلك أن أغلب الجرائم الاقتصادية ترتكب بقصد الكسب، ولا يستفيد من ذلك شخص بعينه بل كل شخص له حق في مال الشخص المعنوي ، ومن العدالة أن تصيب العقوبة الشخص المعنوي في ماله (2).

(1) V: Dominique Vich-Y-Liado, Responsabilité pénale des personnes morales, la responsabilité pénale des personnes morales en cas de fusion , La semaine juridique, entreprise et affaires, Juris-classeur périodique , Paris, N ° 20-21, 17-24 Mai 2001, p .840.

(2) Merle Roger Vitu André , Traité de droit criminel , Tome I, 7^{ème} édition, Cujas , Paris , 1997, p.266. Pellissier Gilles , Le principe d'égalité en droit public , LGDJ , Paris , 1996 , p.1

إضافة إلى أن الأشخاص المعنوية تملك من الوسائل العديدة ما يجعلها مصدر اعتداءات جسيمة على النظام الاقتصادي والاجتماعي للدولة، مما يترتب عليه أضرار جسيمة في تلك المجالات ولذلك فالقول بعدم مسؤوليتها فيه مجافاة للعدالة (1).

وباستقراء نصوص تشريعات العلامات التجارية، فإنه لم يرد فيها نص صريح يقرر المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية في حال ارتكاب جريمة من جرائم التعدي على العلامة التجارية، وكذلك لم يرد فيها نص يمنع من تحقق المسؤولية على الأشخاص المعنوية. لذلك ولما للأشخاص المعنوية من دور فعال في الاقتصاد، ونظرا للتطور في المجالات الاقتصادية والتجارية، ولما تؤديه العلامة التجارية من أهمية في الحياة التجارية فإنه يمكن الرجوع إلى القواعد العامة المقررة في قانون العقوبات فيما يخص مسؤولية الشخص المعنوي في الجرائم الواقعة على العلامة التجارية، وبالرجوع إلى نماذج الجرائم الواردة في تشريعات العلامات التجارية، وذلك أن تتم هذه الجرائم بواسطة أشخاص معنوية أولحسابها، ومثال ذلك أن تقوم إحدى الشركات بتقليد علامة تجارية أو وضع علامة تجارية مقلدة على بضائعها تؤدي إلى تضليل الجمهور وخداعه، والقول بغير ذلك يفتح المجال للاعتداء على العلامة التجارية بحجة مفادها عدم وجود نص يجرم أفعال الأشخاص المعنوية.

وحتى تتوفر حماية أكبر للعلامة التجارية يفضل النص صراحة في تشريعات العلامات التجارية على مسؤولية الأشخاص المعنوية في حال الاعتداء على العلامة التجارية، وأن يتضمن هذا النص جزاءات مشددة تتناسب مع أهمية ودور العلامة التجارية في المجال الاقتصادي والتجاري. لهذا يبدو من المهم أن يوجد نص عام يقرر مسؤولية الشخص المعنوي إذا ما ثبت ارتكابه لجرائم الاعتداء على العلامات التجارية، ويحدد الجزاءات التي تتناسب وطبيعته كعقوبة الغرامة أو الحل أووقف النشاط أو سحب الترخيص أوغلق المنشأة.

(1) راجع : محمد أبو العلا العقيدة، الاتجاهات الحديثة في قانون العقوبات الفرنسي الجديد، دار الفكر العربي، لبنان،

الفصل الثاني

الجزاءات الجنائية المقررة لجرائم التعدي على العلامات التجارية

يعبر الجزاء - بصفة عامة- عن رد الفعل المناسب لردع وتقويم سلوك ما يعتبر غير مشروع من وجهة نظر صاحب الحق بفرض مثل هذا الجزاء .

وللجزاء الجنائي أهمية خاصة بين مختلف الجزاءات القانونية ، فهو أثر ثبوت مسؤولية شخص عن الجريمة المرتكبة ، واجتماع أركان الجريمة ونسبتها ماديا ومعنويا إلى شخص معين، يترتب عليه ضرورة توقيع الجزاء المقرر من أجل هذه الجريمة على من اقترفها. وقد كانت العقوبة هي الصورة الوحيدة للجزاء الجنائي، ولكن تقدم الدراسات الجنائية وتركيزها على الاهتمام بشخص مرتكب الجريمة بعد أن كان الاهتمام ينصب على الفعل ذاته ، أظهر قصور العقوبة عن أداء وظيفتها في مكافحة الإجرام ، وبصفة خاصة بالنسبة للمجرمين والمجانين⁽¹⁾، وترتب على ذلك ظهور صورة أخرى لرد الفعل الاجتماعي إزاء الخطورة الإجرامية الكامنة في شخص مرتكب الجريمة هي التدابير الاحترازية ، ويعني ذلك أن الجزاء الجنائي على نوعين : الأول هو العقوبة في صورتها التقليدية⁽²⁾، والثاني هو التدبير الاحترازي .

نصت التشريعات الخاصة بالعلامات التجارية على العقوبات المقررة لجرائم الاعتداء على العلامة التجارية ، أما فيما يخص التدابير الاحترازية فلم تنص عليها. وهنا سنرى مدى تحقق المسؤولية الجزائية في جرائم العلامات التجارية من خلال تطبيق العقوبات المقررة لهذه الجرائم ، ومدى جواز تطبيق الأحكام العامة الواردة في التشريع العام على جرائم العلامات التجارية ؟ لهذا سنتناول في المبحث الأول العقوبات الأصلية المقررة لجرائم العلامات التجارية ، ثم العقوبات التكميلية المقررة لجرائم العلامات التجارية في المبحث الثاني .

ثم سنتحدث في آخر الفصل عن مدى جواز تطبيق التدابير الواردة في التشريع العام على جرائم العلامات التجارية .

(1) راجع : علي عبد القادر الفهوجي، شرح قانون العقوبات ، القسم العام، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية ، 2010، ص 161.

(2) محمد أبو زهرة ، الجريمة والعقوبة في الفقه الإسلامي - العقوبة -، دار الفكر العربي، القاهرة ، 1998 ، ص 6 .

المبحث الأول

العقوبات الأصلية المقررة لجرائم العلامات التجارية

تتمثل العقوبة في الألم الذي يتحمله من يثبت ارتكابه جريمة، بهدف تقويمه ومنع غيره من الإقتداء به . فجوهر العقوبة الإيلام، الذي يعد هدفا مقصودا من أهداف العقاب⁽¹⁾.

وتنقسم العقوبات التي يقررها القانون إلى أنواع مختلفة تبعا لاختلاف وجهات النظر فيها، فهي تنقسم بالنظر إلى جسامتها أو استقلالها بذاتها أو طبيعتها أو مداها أو نوع الحق الذي تمس به . وأهم التقسيمات التي يمكن تصورها للعقوبات تقسيمها من حيث استقلالها بذاتها أو تبعيتها إلى عقوبات أصلية وعقوبات غير أصلية⁽²⁾.

أما العقوبة الأصلية فهي الجزاء الأساسي الذي نص عليه المشرع وقدرت للجريمة ، ولا يمكن تنفيذها إلا إذا نص عليها القاضي صراحة في حكمه وحدد نوعها ومقدارها، ويمكن أن يقتصر عليها الحكم لأنها الجزاء المقرر في القانون للجرائم ببلوغ الأهداف المتوخاة من العقاب، إذ المعيار في اعتبار العقوبة أصلية هو أن تكون كجزاء أصيل للجريمة من دون أن يكون توقيعها معلقا على الحكم بعقوبة أخرى⁽³⁾.

والعقوبات المقررة لجرائم الاعتداء على العلامة التجارية حسب ما قرره التشريعات المقارنة والأمر الجزائري رقم 06-2003 تشمل عقوبتي الحبس والغرامة .

سيتم التفصيل في هذه العقوبات من خلال التطرق إلى عقوبة الحبس في المطلب الأول ثم عقوبة الغرامة في المطلب الثاني .

(1) علي عبد القادر القهوجي ، فتوح عبد الله الشاذلي ، المرجع السابق ، ص 155 .

(2) أحمد فتحي سرور، الوسيط في قانون العقوبات، القسم العام، الطبعة الرابعة، دار النهضة العربية، 1985 ، ص 637 .

(3) رمسيس بهنام ، الجريمة والمجرم و الجزاء ، منشأة المعارف ، الإسكندرية، 1973 ، ص 600 . وقد عرف المشرع الجزائري العقوبات الأصلية في المادة 4 من قانون العقوبات كما يلي : " العقوبات الأصلية هي تلك التي يجوز الحكم بها دون أن تقتزن بها أية عقوبة أخرى " .

المطلب الأول

عقوبة الحبس

إن العقوبة هي الجزاء الذي يقرره القانون لمصلحة المجتمع على كل من ارتكب فعلا أوامتناعا يعده القانون جريمة ، ومن أهم العقوبات التي توقع على مرتكب جرائم الاعتداء على العلامات التجارية الحبس . حيث يعرف الحبس على أنه عقوبة مؤقتة سالبة للحرية تلزم المحكوم عليه أحيانا بالعمل (الحبس مع الشغل) خلال المدة المحكوم بها عليه، أو تعفيه من هذا الالتزام (الحبس البسيط)⁽¹⁾. ويقصد به كذلك إيداع المحكوم عليه إحدى المؤسسات العقابية المدة المقررة في الحكم، وقد اختلفت مواقف التشريعات الخاصة بالعلامة التجارية في مقدار عقوبة الحبس الواجب فرضه على مرتكب أية جريمة من جرائم الاعتداء على العلامة التجارية ، وهذا الاختلاف يكون بحسب السياسة الجنائية للمشرع في كل دولة⁽²⁾.

سنتكلم عن عقوبة الحبس في جرائم التعدي على العلامات التجارية (الفرع الأول) ثم عن عقوبة الحبس في جرائم الغش والخداع في العلامات التجارية (الفرع الثاني) .

⁽¹⁾ راجع : جلال ثروت ، نظم القسم العام في قانون العقوبات ، نظرية المجرم والجزاء ، المسؤولية الجنائية والجزاء الجنائي، مكتبة ومطبعة الإشعاع ، الإسكندرية ، 1994 ، ص 63 . بريك الطاهر، فلسفة النظام العقابي في الجزائر وحقوق السجين ، على ضوء القواعد الدولية والتشريع الجزائري والنصوص التنظيمية المتخذة لتطبيقه، دار الهدى، الجزائر، 2009 ، ص 31 . جلال ثروت، قانون العقوبات المصري ، القسم العام ، المرجع السابق ، ص 452 .
⁽²⁾ ذكر المشرع الجزائري عقوبة الحبس في المادة 05 قانون العقوبات الجزائري على أن : " ... العقوبات الأصلية في مادة الجنب هي :

1- الحبس مدة تتجاوز شهرين إلى خمس سنوات ماعدا الحالات التي يقرر فيها القانون حدودا أخرى ... " . وقد عرف المشرع المصري الحبس في المادة 18 قانون العقوبات المصري : " عقوبة الحبس هي وضع المحكوم عليه في أحد السجون المركزية أو العمومية المدة المحكوم بها عليه ولا يجوز أن تنقص هذه المدة عن أربع وعشرين ساعة ولا أن تزيد على ثلاث سنين إلا في الأحوال الخصوصية المنصوص عليها قانونا ... " .

الفرع الأول : عقوبة الحبس في جرائم التعدي على العلامات التجارية

تتمثل العقوبة من الناحية القانونية في الجزاء الذي يقرره القانون ويوقعه القاضي على من تثبت مسؤوليته عن الجريمة ، فمن حيث جوهرها هي إيلاء مقصود يوقع من أجل الجريمة ويتناسب معها⁽¹⁾. فالجريمة هي عبارة عن كل فعل أو امتناع عن فعل يصدر عن شخص مسؤول جنائيا ، ويفرض له القانون جزاء مناسباً⁽²⁾.

لقد جاءت مواقف تشريعات العلامة التجارية متغايرة فيما بينها بالأخذ بعقوبة الحبس كجزاء لجرائم التعدي على العلامة التجارية، حيث ذهبت غالبية التشريعات إلى الأخذ بهذه العقوبة ، في حين أن بعض التشريعات لم تنص على عقوبة الحبس كجزاء على التعدي على العلامة التجارية ، إضافة إلى أن التشريعات قد اختلفت فيما بينها في مدة الحبس كعقوبة أصلية في حال الاعتداء على العلامة التجارية ، واختلفت أيضا في اقتران هذه العقوبة بعقوبة الغرامة .

نص المشرع الجزائري في المادة 32 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات على هذه العقوبة كعقوبة أصلية في حال ارتكاب شخص لأية صورة من صور التعدي على العلامة التجارية ، حيث جعل العقوبة الحبس من ستة أشهر⁽³⁾ إلى سنتين وأقرنها بعقوبة الغرامة من مليونين وخمسمائة ألف دينار (2.500.000 دج) إلى عشرة ملايين دينار (10.000.000 دج)، وكذلك أجاز المشرع الجزائري في ذات المادة للقاضي أن يحكم بهاتين العقوبتين .

⁽¹⁾ راجع : أمين مصطفى محمد، المسؤولية الجزائية والجزاء الجنائي في القانونين المصري والكويتي، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 2013، ص 73. عبد القادر القهوجي، علم الإجرام وعلم العقاب، مطابع السعدني، الإسكندرية، 2009 ، ص 277 .

⁽²⁾ راجع: محمد الفاضل ، المبادئ العامة في التشريع الجزائري، مطبعة الداودي، دمشق، 1978، ص 51 . معز أحمد محمد الحيارى، الركن المادي للجريمة، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2010، ص 22. محمد زكي أبو عامر، قانون العقوبات ، القسم العام ، الدار الجامعية ، بيروت، 1992 ، ص 19 .

⁽³⁾ هناك من يرى أن مدة الستة الشهور رغم كونها المدة المتفق عليها من أغلب الفقهاء إلا أنها لا تكفي لإصلاح المحكوم عليه أو تأهيله ، لذا يفضل هذا الرأي تحديد مدة الحبس قصير المدى بما لا يقل عن سنة كاملة . وتبدو الحقيقة سلامة هذا الرأي في تحديده لمدة الحبس قصير المدى بسنة كاملة ، على أساس أن هذه الفترة تكفي لتحقيق الردع العام ، لما تسببه من آلام تثبط همة الغير من سلوك مسلك المحكوم عليه ، كما أنها لا تكفي لإرضاء شعور العدالة لدى الغير، الذي سيحفزه على ارتكاب الجرائم أن يرى معتديا على علامة تجارية يعاقب بالحبس ستة أشهر، هذا فضلا عن أن تلك المدة لا تكفي لوضع برنامج تأهيلي وإصلاح للمحكوم عليهم، كما أن المشرع المصري قد عول على مدة السنة كفاصل بين الحبس قصير المدى وطويل المدى وذلك في المادتين 20 و 55 من قانون العقوبات المصري . راجع في هذا : حسنين عبيد ، النظرية العامة للظروف المخففة ، دراسة مقارنة ، دار النهضة العربية ، القاهرة، ص 334 .

بمقارنة هذه الأحكام مع ما كان منصوصا عليه في التشريع السابق⁽¹⁾، يلاحظ أن المشرع قام برفع الغرامة⁽²⁾، إلا أنه قام بتخفيف عقوبة الحبس⁽³⁾. لا شك أن هذا الموقف غريب وقابل للنقد. ويرجع السبب في ذلك أن الجزائر تحاول منذ عدة سنين تحقيق نظام اقتصاد السوق ، كما ترغب في فتح حدودها للتجارة العالمية ، ولهذا الغرض تبذل كل ما في وسعها للانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة . ويتطلب الاحتكاك بالقوانين الأخرى إعادة النظر في العديد من الأحكام القانونية التي تحكم قانون الأعمال ، منها خاصة قانون الملكية الفكرية . وهنا يظهر التناقض ، والتساؤل يبقى مطروحا ، في حالة فتح الحدود للتجارة وتشجيع الشركات الأجنبية للقيام باستثمارات في البلاد ، فما هي الضمانات الممنوحة ؟ وكيف تتحقق حماية علامات السلعة أو الخدمات الأجنبية ؟ وإلى أي حد تتحقق مسؤولية مرتكب جرائم العلامات التجارية؟

لقد انتشرت ظاهرة التقليد ، ويبدو أنه لا يمكن مكافحتها بصورة فعالة إلا بالنص على عقوبات أكثر شدة ومنح الهيئة المكلفة بالمراقبة الوسائل المادية والبشرية الملائمة . وتعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة جريمة تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس ، قصد كسب زبائن هذا العون إليه بزرع شكوك و أوهام في ذهن المستهلك⁽⁴⁾، ويعاقب عليها بغرامة من 50.000 دج إلى 5.000.000 دج واعتبرها من قبيل الممارسات التجارية غير نزيهة⁽⁵⁾ .

(1) المادة 28 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات الجزائري .

(2) كان الحد الأقصى للغرامة 20.000 د.ج وأصبح 10.000.000 د.ج . من نافلة القول أن هناك مفارقة كبيرة بين المبلغين .

(3) أصبح الحد الأقصى لعقوبة الحبس سنتين بدلا من ثلاث سنوات .

(4) المادة 27 من القانون رقم 04-02 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية الجزائري : " تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة في مفهوم أحكام هذا القانون، لاسيما منها الممارسات التي يقوم من خلالها العون الاقتصادي بما يأتي : - تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتوجاته أوخدماته أوالإشهار الذي يقوم به ، قصد كسب زبائن هذا العون إليه بزرع شكوك و أوهام في ذهن المستهلك ... " .

(5) المادة 38 من القانون رقم 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية الجزائري .

أما المشرع الفرنسي فقد تدخل مؤخرا من أجل رفع العقوبات المطبقة على مرتكبي جرائم التعدي على العلامة التجارية ، وبالتالي أصبحت عقوبة الحبس ثلاث سنوات⁽¹⁾، وارتفعت الغرامة إلى 300.000 يورو.

وفي حالة ارتكاب جنح التقليد من قبل عصابة منظمة أو بواسطة شبكة اتصال عامة عبر الإنترنت فتصبح عقوبة الحبس سبع سنوات والغرامة 750.000 يورو⁽²⁾. كما يعاقب كذلك قانون الجمارك الفرنسي على هذه الجريمة بالحبس لمدة ثلاث سنوات وغرامة قيمتها تصل إلى الضعف مرتين من قيمة العلامة المغشوشة⁽³⁾.

ذهب المشرع المصري في المادة 113 من قانون حماية الملكية الفكرية المصري إلى النص على عقوبة الحبس كعقوبة أصلية، حيث كانت مدتها لا تقل عن شهرين إلى جانب عقوبة الغرامة التي لا تقل عن خمسة آلاف جنيه ولا تجاوز عشرين ألف جنيه، كما يمكن للقاضي أن يحكم بهاتين العقوبتين⁽⁴⁾.

⁽¹⁾ يجب الإشارة إلى أن القانون الفرنسي ألغى سلم العقوبات حين القيام بإصلاح قانون العقوبات الذي بدأ عام 1992 ودخل حيز التطبيق أول مارس 1994 .

V . art. L. 716-9 (mod. Par la loi № 2016-731 du 03 juin 2016 – art.44) C. Fr . **propr . intell.** : " Est puni de quatre ans d'emprisonnement et de 400.000 euros d'amende le fait pour toute personne , fournir , offrir a la vente ou louer des marchandises presentees sous une marque contrefaite : ... " . et art. L. 716-10 (mod . par la loi № 2016-731 du 03 juin 2016 – art.44) du meme code : " Est puni de trois ans d'emprisonnement et de 300.000 euros d'amende le fait pour toute personne : ... " .

⁽²⁾ V. arts . L. 716- 9 et 716- 10 al 2 C. Fr . **propr. Intell** : " Lorsque les délits prévus aux a à d ont été commis en bande organisée ou sur un réseau de communication au public en ligne ou lorsque les faits portent sur des marchandises dangereuses pour la santé ... , les peines sont portées à sept ans d'emprisonnement et à 750 000 euros d'amende" .

⁽³⁾ **Article 414** Code des douanes Français modifié par loi n°2016-1918 du 29 décembre 2016 - art. 22 (V) :

« Sont passibles d'un emprisonnement de trois ans, de la confiscation de l'objet de fraude, de la confiscation des moyens de transport, de la confiscation des objets servant à masquer la fraude, de la confiscation des biens et avoirs qui sont le produit direct ou indirect de l'infraction et d'une amende comprise entre une et deux fois la valeur de l'objet de fraude, tout fait de contrebande ainsi que tout fait d'importation ou d'exportation sans déclaration lorsque ces infractions se rapportent à des marchandises de la catégorie de celles qui sont prohibées au sens du présent code ou aux produits du tabac manufacture “.

⁽⁴⁾ أورد المشرع المصري في قانون الملكية الفكرية عقوبة موحدة لكل الجرائم التي تضمنها ، و في هذا راجع : غنام محمد غنام ، جرائم الاعتداء على الملكية الفكرية في مصر وأسباب انتشارها ، أعمال الندوة الإقليمية حول "جرائم الملكية الفكرية" ، المنامة، مملكة البحرين، بتاريخ 13-14 إبريل 2000 ، ص 30 . منشور في يوم 2010/04/09 على موقع : <http://www.arab-niaba.org/publications/books/ipcrime-ar.pdf>

بمقارنة الأحكام التي جاء بها المشرع الفرنسي مع ما جاء به المشرع الجزائري، يلاحظ أنها أكثر صرامة، أو بتعبير آخر يمكن القول بأن المشرع الجزائري عجز في إصلاحه لنظام العلامات، حيث أنه لم ينص على العقوبات المناسبة لحماية حقوق أصحاب العلامات .

نلاحظ أن موقف المشرع الجزائري قد جاء أكثر تشددا من موقف المشرع المصري ، حيث أن المشرع الجزائري قد حدد الحد الأدنى لعقوبة الحبس بمدة لا تقل عن ستة أشهر، بينما حددها المشرع المصري بمدة لا تقل عن شهرين.

وهنا يبدو من الأفضل أن يسلك المشرع الجزائري مسلك المشرع الفرنسي، وذلك بالنص على العقوبات المناسبة لقيام المسؤولية الجزائية في جرائم العلامات وحماية حقوق أصحاب هذه العلامات . ما يلاحظ هنا أن هذه التشريعات أقرنت عقوبة الحبس بعقوبة الغرامة⁽¹⁾، ومنحت كذلك محكمة الموضوع سلطة تقديرية تخولها جواز الحكم بالحبس أو الغرامة أو الجمع بينهما .

أخيرا تجدر الإشارة إلى أن المشرع المصري قد انفرد بحكم يوجب على المحكمة في حالة العود أن يكون الحكم هو الحبس مقترنا بالغرامة ، أما التشريعات المقارنة والتشريع الجزائري فلم يرد أي نص بخصوص تشديد العقوبة في حالة العود⁽²⁾ .

وفي إطار قيام مسؤولية مرتكب جرائم العلامات التجارية وتوفير الحماية الجزائية للعلامة التجارية المسجلة ، يفضل :

- إضافة نص إلى المادة 32 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية يتضمن عدم جواز استبدال عقوبة الحبس بالغرامة .

- إضافة نص صريح يتضمن عقوبة الحبس مدة لا تقل عن ثلاث سنوات والغرامة التي لا تقل عن عشرة ملايين دينار في حالة العود لارتكاب جرائم العلامات التجارية .

ورغم أن التشريع الجزائري لم ينص على جريمة السطو الإلكتروني للعلامات التجارية صراحة⁽³⁾، إلا أن عباءة الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية تسع حماية هذه العلامات ومواجهة كافة الانتهاكات التي قد تتعرض لها، ومن ثم يمكن تطبيق نص المادة 32 من الأمر 03-06 على جريمة القرصنة الإلكترونية للعلامات التجارية .

(1) أمين مصطفى محمد ، النظرية العامة لقانون العقوبات الإداري (ظاهرة الحد من العقاب) ، دار المطبوعات الجامعية ، الإسكندرية، 2010 ، ص 94 .

(2) جاء في نص المادة 113 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري : " ... وفي حالة العود تكون العقوبة الحبس مدة لا تقل عن شهرين والغرامة التي لا تقل عن عشرة آلاف جنيه و لا تجاوز خمسين ألف جنيه " .

(3) راجع : خالد ممدوح إبراهيم، جرائم التعدي على حقوق الملكية الفكرية، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2010 ، ص 29 .

الفرع الثاني : عقوبة الحبس في جرائم الغش والخداع في العلامات التجارية

اختلفت مواقف التشريعات فيما يخص الأخذ بعقوبة الحبس كجزاء لجرائم الغش والخداع في العلامات التجارية ، حيث ذهبت غالبية التشريعات إلى الأخذ بهذه العقوبة .

أولاً- عقوبة الحبس في جريمة الخداع في العلامة التجارية

تعاقب التشريعات بالحبس كعقوبة أصلية كل من خدع أو شرع في أن يخدع المتعاقد معه بأية طريقة من الطرق في أحد الأمور المذكورة سابقا .

يوجد كثير من مواد قانون العقوبات الجزائري⁽¹⁾ تنص على تجريم الغش منها المادة 429 والتي تعاقب بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات وبغرامة من 2000 إلى 20000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط كل من يخدع أو يحاول أو يخدع المتعاقد ، سواء في الطبيعة أوفي الصفات الجوهرية أو في التركيب أو في نسبة المقومات اللازمة لكل هذه السلع .

حيث شددّ المشرع الجزائري العقوبة إلى السجن حتى خمس سنوات إذا ارتكب جريمة الخداع أوالشروع فيها بواسطة أية طريقة من الطرق المنصوص عليها في المادة 430 من قانون العقوبات⁽²⁾.

كما رفع المشرع مدة الحبس إلى خمس سنوات والغرامة إلى 500000 دج إذا كانت الجريمة أوالشروع فيها المنصوص عليهما في المادة 429 من قانون العقوبات الجزائري قد ارتكبت بواسطة طرق احتيالية، أوبيانات كاذبة ترمي إلى الاعتقاد بوجود عملية سابقة وصحيحة أو إلى مراقبة رسمية لم توجد⁽³⁾.

(1) إبراهيم الشاسي، الوجيز في شرح قانون العقوبات الجزائري ، القسم العام ، دار الكتاب اللبناني، لبنان، 1981 ، ص 11 . محمد كامل رمضان ، الامتناع عن المساعدة في التشريع الجنائي المصري والمقارن ، رسالة دكتوراه ، كلية الحقوق ، جامعة عين شمس ، نشر 1988، ص351 . شحاته اسماعيل أحمد سالم ، النظرية العامة لتجريم الغش ، رسالة دكتوراه ، كلية الحقوق ، جامعة القاهرة ،نشر 2002، ص 117 .

(2) المادتان 429 و430 من القانون رقم 66-156 لسنة 1966 والمعدّل والمتمم بالقانون رقم 06-23 لسنة 2006 والمتضمن قانون العقوبات الجزائري، والمادة الأولى من قانون قمع الغش والتدليس المصري 48 لسنة 1941 المعدّل بالقانون رقم 281 لسنة 1994 .

(3) المادة 430 من قانون العقوبات الجزائري .

وفي المقابل يعاقب المشرع الفرنسي في المادة 454-1 من قانون الاستهلاك بالحبس سنتين وبغرامة 300000 يورو أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من خدع أو شرع في خداع المتعاقد بأية طريقة أو إجراء⁽¹⁾.

كما نصت المادة 454-2 من قانون الاستهلاك الفرنسي على أنه إذا ارتكبت الجريمة أو شرع في ارتكابها باستعمال موازين أو مقاييس أو مكاييل أو دمغات أو آلات فحص أخرى مزيفة أو باستعمال طرق أو وسائل أو مستندات ، من شأنها جعل عملية وزن البضاعة أو قياسها أو كيلها أم فحصها غير صحيحة، تكون العقوبة الحبس خمس سنوات وغرامة قيمتها 600000 يورو⁽²⁾.
كما تشدد العقوبات في هذه الجريمة إذا ارتكبت من طرف عصابات أو مجموعات منظمة⁽³⁾ حيث تكون العقوبة الحبس سبع سنوات وغرامة تقدر ب 750000 يورو.

⁽¹⁾ Articl L. 454-1 Code de consommation Français modifié par Loi n°2017-203 du 21 février 2017 - art. 11:

« La violation de l'interdiction prévue à l'article L. 441-1 est punie d'une peine d'emprisonnement de deux ans et d'une amende de 300 000 euros » .

⁽²⁾ **Article L454-2 Code de consommation** créé par Ordonnance n°2016-301 du 14 mars 2016 - art.:

“ La violation de l'interdiction prévue à l'article L. 441-1 est punie d'une peine d'emprisonnement de cinq ans et d'une amende de 600 000 euros si le délit ou la tentative de délit est commis :

1° Soit à l'aide de poids ou d'instruments faux ou inexacts ;

2° Soit à l'aide de manœuvres ou procédés tendant à fausser les opérations de l'analyse ou du dosage, du pesage ou du mesurage, ou tendant à modifier frauduleusement la composition, le poids ou le volume des marchandises, même avant ces opérations ;

3° Soit à l'aide d'indications frauduleuses tendant à faire croire à une opération antérieure et exacte “ .

⁽³⁾ **Article L454-3 Code de consommation** modifié par Loi n°2017-203 du 21 février 2017 - art. 11 :

“ La violation de l'interdiction prévue à l'article L. 441-1 est punie d'une peine d'emprisonnement de sept ans et d'une amende de 750 000 euros si le délit ou la tentative de délit : ...

2° A été commis en bande organisée “ .

أما المشرع المصري فقد نص في المادة الأولى من القانون رقم 281 لسنة 1994 الخاص بقمع التدليس والغش على أنه : "يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن سنة وبغرامة لا تقل عن خمسة آلاف جنيه ولا تجاوز عشرين ألف جنيه أو ما يعادل قيمة السلعة موضوع الجريمة أيهما أكبر أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من خدع أو شرع في أن يخدع المتعاقد معه بأية طريقة من الطرق في أحد الأمور الآتية:

1- ذاتية البضاعة إذا كان ما سلم منها غير ما تم التعاقد عليه .

2- حقيقة البضاعة أو طبيعتها أو صفتها الجوهرية أو ما تحتويه من عناصر نافعة ، وبوجه عام العناصر الداخلة في تركيبها... " (1) .

يفهم من هذا النص أنه يُعاقب على جريمة الخداع بالحبس مدة لا تقل عن سنة وبغرامة لا تقل عن خمسة آلاف جنيه ولا تجاوز عشرين ألف جنيه أو ما يعادل قيمة السلعة موضوع الجريمة أيهما أكبر أو بإحدى هاتين العقوبتين.

كما نصت الفقرة الأخيرة من المادة الأولى من قانون قمع الغش والتدليس على أنه إذا ارتكبت الجريمة أو شرع في ارتكابها باستعمال موازين أو مقاييس أو مكاييل أو دمغات أو آلات فحص أخرى مزيفة أو باستعمال طرق أو وسائل أو مستندات ، من شأنها جعل عملية وزن البضاعة أو قياسها أو كيلها أم فحصها غير صحيحة ، تكون العقوبة الحبس مدة لا تقل عن سنة ولا تجاوز خمس سنوات ، وبغرامة لا تقل عن عشرة آلاف جنيه ولا تجاوز ثلاثين ألف جنيه ، أو ما يعادل قيمة السلعة موضوع الجريمة أيهما أكبر أو بإحدى هاتين العقوبتين(2).

(1) جاء القانون رقم 281 لسنة 1994 لتعديل بعض أحكام القانون رقم 48 لسنة 1941 الخاص بقمع التدليس والغش . وفي هذا الخصوص راجع : حمد الله محمد حمد الله ، مختارات من كتاب المبادئ و التطبيقات للقانون التجاري وقانون الأعمال ، مجلة الدراسات القانونية ، كلية الحقوق بجامعة أسيوط ، العدد الثاني والعشرون ، 1999 ، ص 13 . حسني الجندي ، قانون قمع الغش والتدليس في دولة الإمارات العربية المتحدة معلقاً بأقوال الفقه وأحكام القضاء ، الطبعة الأولى ، دار النهضة العربية ، القاهرة، ص 13 . عبد الفضيل محمد أحمد ، جريمة الخداع التجاري في نظام مكافحة الغش التجاري السعودي ، مجلة الحقوق ، جامعة الكويت ، العدد 14 ، 18 ديسمبر 1994 ، ص 133 .

(2) عمرو محمد عابدين ، المرجع السابق ، ص 13 .

ثانيا - عقوبة الحبس في جريمة الإدعاء بتسجيل علامة تجارية

نص المشرع الجزائري في المادة 33 من الأمر رقم 03-06 على أنه : "يعاقب بالحبس من شهر إلى سنة وبغرامة من خمسمائة ألف دينار 50000 دج إلى مليوني دينار 2000000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط الأشخاص : الذين وضعوا على سلعهم أو خدماتهم علامة لم تسجل أولم يطلب تسجيلها وفقا للمادة 4⁽¹⁾ من هذا الأمر، وذلك مع مراعاة الأحكام الانتقالية المنصوص عليها في هذا الأمر ... " .

إذن يعاقب على جريمة الادعاء بتسجيل علامة تجارية بالحبس من شهر إلى سنة وبغرامة من خمسمائة ألف دينار 500000 دج إلى مليوني دينار 2000000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين . كما نص المشرع الفرنسي على جريمة الادعاء بتسجيل علامة تجارية ، حيث يعاقب بالحبس ثلاث سنوات وبغرامة 300000 يورو كل من قام بتقديم منتج أو خدمة أخرى على أساس أنها تحمل علامة مسجلة (2) .

وتتعدد العقوبة عندما ترتكب هذه الجريمة عن طريق مجموعات منظمة أو بواسطة شبكة اتصال عامة عبر الإنترنت ، حيث رفع المشرع الفرنسي عقوبة الحبس إلى سبع سنوات وغرامة قدرها 750000 يورو .

يعاقب المشرع المصري على جريمة الادعاء بتسجيل علامة تجارية بالحبس مدة لا تزيد على ستة أشهر وبغرامة لا تقل عن ألفي جنيه ولا تجاوز عشرة آلاف جنيه أو بإحدى هاتين العقوبتين وهذا ما ورد في متن المادة 2/114 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية (3) .

(1) المادة 4 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية : " لا يمكن استعمال أي علامة لسلع أو خدمات عبر الإقليم الوطني إلا بعد تسجيلها أو إيداع طلب تسجيل بشأنها عند المصلحة المختصة " .

(2) En ce sens , v . art . L . 716 – 10 C . Fr . propr . intell . modifié par Loi n°2016-731 du 3 juin 2016 - art. 44:

“Est puni de trois ans d'emprisonnement et de 300 000 euros d'amende le fait pour toute personne : ... De sciemment livrer un produit ou fournir un service autre que celui qui lui est demandé sous une marque enregistrée ... “ .

(3) ورد في متن المادة 2/114 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري ما يلي: "مع عدم الإخلال بأية عقوبة أشد في أي قانون آخر، يعاقب بالحبس مدة لا تزيد على ستة أشهر وبغرامة لا تقل عن ألفي جنيه ولا تجاوز عشرة آلاف جنيه أو بإحدى هاتين العقوبتين : كل من ذكر بغير حق على علاماته أو أوراقه التجارية بيانا يؤدي إلى الاعتقاد بحصول تسجيلها ... " .

المطلب الثاني

عقوبة الغرامة

عقوبة الغرامة من العقوبات المالية التي يراد بها إلزام المحكوم عليه بأن يدفع إلى الخزينة العامة المبلغ المعين في الحكم، وتتوفر فيها كل مقومات وخصائص العقوبة الجنائية باعتبار أنها إيلاء مقصود ينال من الحقوق المالية للفرد المحكوم عليه بها (1).

ويقرر المشرع الغرامة بوصفها عقوبة أصلية في الجرح والمخالفات، كما يقرها استثناء في الجنایات . فالغرامة هي العقوبة الوحيدة المقررة للمخالفات، أما في الجرح فقد تنقرر الغرامة وحدها وذلك بالنسبة للجرح غير الهامة ، وقد ينص عليها إلى جانب الحبس كعقوبة وجوبية أو جوازية ، وقد ينص عليها مع الحبس على سبيل التخيير (2)، أي تكون للقاضي الجنائي السلطة التقديرية في مجال العقوبة في الاختيار بين الحبس والغرامة (3).

سنتكلم عن عقوبة الغرامة في جرائم التعدي على العلامات التجارية (الفرع الأول) ثم عن عقوبة الغرامة في جرائم الغش والخداع في العلامات التجارية (الفرع الثاني).

(1) عرف المشرع الجزائري الغرامة في المادة 5 من قانون العقوبات على أنها : " العقوبات الأصلية في مادة الجرح هي: ... الغرامة التي تتجاوز 20.000 دج ، ... " . وقد تناولت المادة 22 من قانون العقوبات المصري الغرامة بقولها : " العقوبة بالغرامة هي إلزام المحكوم عليه بأن يدفع إلى خزينة الحكومة المبلغ المقدر في الحكم " . ولمزيد من التفصيل في هذا الموضوع راجع : مأمون محمد سلامة ، قانون العقوبات ، القسم العام ، الطبعة الثالثة ، دار الفكر العربي ، 1990 ، ص 663 .

(2) علي عبد القادر القهوجي ، فتوح عبد الله الشاذلي ، شرح قانون العقوبات ، المرجع السابق ، ص 210 .

(3) راجع: محمد علي الكيك، السلطة التقديرية للقاضي الجنائي في تطبيق العقوبة وتشديدها وتحقيق ووقف تنفيذها، دار المطبوعات الجامعية ، الإسكندرية ، 2007 ، ص 44 .

الفرع الأول : عقوبة الغرامة في جرائم التعدي على العلامات التجارية

لقد تناولت تشريعات العلامة التجارية في غالبيتها عقوبة الغرامة كعقوبة أصلية في جرائم التعدي على العلامة التجارية ، وتختلف قيمة الغرامة التي أوردتها تلك التشريعات باختلاف الدول . فقد ذهب المشرع الجزائري في المادة 32 من الأمر رقم 03-06 إلى النص على هذه العقوبة كعقوبة أصلية في حال ارتكاب شخص لأية صورة من صور التعدي على العلامة التجارية ، حيث جعل عقوبة الغرامة من مليونين وخمسمائة ألف دينار 2.500.000 دج إلى عشرة ملايين دينار 10.000.000 دج ، وكذلك أجاز المشرع في ذات المادة للقاضي أن يحكم بهذه العقوبة وعقوبة الحبس . ويلاحظ أن المشرع قد قام برفع الغرامة ⁽¹⁾ في هذه الجرائم ، وهذا من خلال مقارنة هذه الأحكام مع ما كان منصوصا عليه في التشريع السابق ⁽²⁾ .

كما يعاقب المشرع في المادة 38 من القانون رقم 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية على جريمة تقليد العلامة التجارية بغرامة من 50.000 دج إلى 5.000.000 دج ، واعتبرها من قبيل الممارسات التجارية غير نزيهة .

كما تدخل المشرع الفرنسي مؤخرا من أجل رفع العقوبات المطبقة على مرتكبي جرائم التعدي على العلامة التجارية ، وبالتالي أصبحت الغرامة قيمتها 300.000 يورو . وتشدد العقوبة خاصة في حالة ارتكاب جنح التقليد من قبل عصابة منظمة أو بواسطة شبكة اتصال عامة عبر الإنترنت، إذ تقدر عقوبة الغرامة ب 750.000 يورو ⁽³⁾ .

في المقابل ذهب المشرع المصري في المادة 113 من قانون حماية الملكية الفكرية إلى النص على عقوبة الغرامة التي لا تقل عن خمسة آلاف جنيه ولا تجاوز عشرين ألف جنيه، كما يمكن للقاضي أن يحكم بعقوبتي الحبس والغرامة .

ورغم أن التشريع الجزائري لم ينص على جريمة السطو الإلكتروني للعلامات التجارية صراحة، إلا أن عباءة الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية تسع حماية هذه العلامات ومواجهة كافة الانتهاكات التي قد تتعرض لها ، ومن ثم يمكن تطبيق نص المادة 32 من الأمر 03-06 على جريمة القرصنة الإلكترونية للعلامات التجارية .

⁽¹⁾ كان الحد الأقصى للغرامة 20.000 د.ج وأصبح 10.000.000 د.ج . من نافلة القول أن هناك مفارقة كبيرة بين المبلغين .

⁽²⁾ المادة 28 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية .

⁽³⁾ V. arts . L. 716- 9 et 716- 10 al 2 C. Fr . propr. Intell : " Lorsque les délits prévus aux a à d ont été commis en bande organisée ou sur un réseau de communication au public en ligne ou lorsque les faits portent sur des marchandises dangereuses pour la santé ... , les peines sont portées à sept ans d'emprisonnement et à 750 000 euros d'amende" .

الفرع الثاني: عقوبة الغرامة في جرائم الغش والخداع في العلامات التجارية

لقد تضاربت مواقف التشريعات فيما يخص الأخذ بعقوبة الغرامة كجزاء لجرائم الغش والخداع في العلامات التجارية ، حيث ذهبت غالبية التشريعات إلى الأخذ بهذه العقوبة .

أولاً- عقوبة الغرامة في جريمة الخداع في العلامة التجارية

تعاقب التشريعات بالغرامة كعقوبة أصلية كل من خدع أو شرع في أن يخدع المتعاقد معه بأية طريقة من الطرق في أحد الأمور المذكورة سابقا .

حدد المشرع الجزائري في المادة 429 من قانون العقوبات غرامة من 2000 إلى 20000 دج لكل من يخدع أو يحاول أو خدع المتعاقد ، سواء في الطبيعة أوفي الصفات الجوهرية أوفي التركيب أوفي نسبة المقومات اللازمة لكل هذه السلع (أي الخداع في العلامات التجارية) .

وشدّد عقوبة الغرامة ⁽¹⁾ حيث رفع قيمتها إلى 500000 دج إذا كانت الجريمة أوالشروع فيها المنصوص عليهما في المادة 429 من قانون العقوبات قد ارتكبت بواسطة طرق احتيالية ، أوبيانات كاذبة ترمي إلى الاعتقاد بوجود عملية سابقة وصحيحة أو إلى مراقبة رسمية لم توجد .

كما تعاقب المادة 1-454 من قانون الاستهلاك الفرنسي بغرامة قيمتها 300000 يورو أويأحدى العقوبتين (الحبس أوالغرامة) كل من خدع أوشرع في خداع المتعاقد بأي طريقة أواجراء ⁽²⁾ .

⁽¹⁾ المادة 430 من قانون العقوبات الجزائري .

⁽²⁾ Articl L. 454-1 Code de consommation Français modifié par Loi n°2017-203 du 21 février 2017 - art. 11:

« La violation de l'interdiction prévue à l'article L. 441-1 est punie d'une peine d'emprisonnement de deux ans et d'une amende de 300 000 euros » .

وإذا ارتكبت الجريمة أو شرع في ارتكابها باستعمال موازين أو مقاييس أو مكييل أو دمغات أو آلات فحص أخرى مزيفة أو باستعمال طرق أو وسائل أو مستندات ، من شأنها جعل عملية وزن البضاعة أو قياسها أو كيلها أم فحصها غير صحيحة، تكون العقوبة غرامة قيمتها 600000 يورو وفقا لما نصت عليه المادة 454-2 من قانون الاستهلاك الفرنسي⁽¹⁾.

كما تشدد العقوبات في هذه الجريمة إذا ارتكبت من طرف عصابات أو مجموعات منظمة⁽²⁾ حيث تقدر الغرامة ب 750000 يورو .

أما المادة الأولى من قانون بقمع التدليس والغش المصري⁽³⁾ فتعاقب بغرامة لا تقل عن خمسة آلاف جنيه ولا تجاوز عشرين ألف جنيه أو ما يعادل قيمة السلعة موضوع الجريمة أيهما أكبر أو بإحدى العقوبتين (الحبس أو الغرامة) .

وقد نصت الفقرة الأخيرة من المادة الأولى من نفس القانون على أنه إذا ارتكبت الجريمة أو شرع في ارتكابها باستعمال موازين أو مقاييس أو مكييل أو دمغات أو آلات فحص أخرى مزيفة أو باستعمال طرق أو وسائل أو مستندات، من شأنها جعل عملية وزن البضاعة أو قياسها أو كيلها أم فحصها غير صحيحة، تكون العقوبة غرامة لا تقل عن عشرة آلاف جنيه ولا تجاوز ثلاثين ألف جنيه، أو ما يعادل قيمة السلعة موضوع الجريمة أيهما أكبر أو بإحدى العقوبتين المذكورتين سابقا .

⁽¹⁾ **Article L454-2 Code de consommation** créé par Ordonnance n°2016-301 du 14 mars 2016 - art.:

“La violation de l'interdiction prévue à l'article L. 441-1 est punie d'une peine d'emprisonnement de cinq ans et d'une amende de 600 000 euros si le délit ou la tentative de délit est commis :

1° Soit à l'aide de poids ou d'instruments faux ou inexacts ;

2° Soit à l'aide de manœuvres ou procédés tendant à fausser les opérations de l'analyse ou du dosage, du pesage ou du mesurage, ou tendant à modifier frauduleusement la composition, le poids ou le volume des marchandises, même avant ces opérations ;

3° Soit à l'aide d'indications frauduleuses tendant à faire croire à une opération antérieure et exacte “ .

⁽²⁾ **Article L454-3 Code de consommation** modifié par Loi n°2017-203 du 21 février 2017 - art. 11 :

“ La violation de l'interdiction prévue à l'article L. 441-1 est punie d'une peine d'emprisonnement de sept ans et d'une amende de 750 000 euros si le délit ou la tentative de délit : ...

2° A été commis en bande organisée “ .

⁽³⁾ جاء القانون رقم 281 لسنة 1994 لتعديل بعض أحكام القانون رقم 48 لسنة 1941 الخاص بقمع التدليس والغش .

ثانيا - عقوبة الغرامة في جريمة الإدعاء بتسجيل علامة تجارية

يعاقب المشرع الجزائري على جريمة الادعاء بتسجيل علامة تجارية في المادة 33 من الأمر رقم 03-06 المذكور سابقا بعقوبة الغرامة من خمسمائة ألف دينار 500000 دج إلى مليوني دينار 2000000 دج أو بإحدى العقوبتين (الحبس أو الغرامة) .

كما ينص المشرع الفرنسي على عقوبة الغرامة التي تقدر ب 300000 يورو لكل من قام بتقديم منتج أو خدمة أخرى على أساس أنها تحمل علامة مسجلة (جريمة الادعاء بتسجيل علامة تجارية)⁽¹⁾. وتشدد العقوبة عندما ترتكب هذه الجريمة عن طريق مجموعات منظمة أو بواسطة شبكة اتصال عامة عبر الإنترنت ، حيث رفع المشرع عقوبة الغرامة إلى 750000 يورو .

في المقابل يعاقب المشرع المصري على جريمة الادعاء بتسجيل علامة تجارية في المادة 2/114 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية بعقوبة الغرامة التي لا تقل عن ألفي جنيه ولا تجاوز عشرة آلاف جنيه أو بإحدى العقوبتين (الحبس أو الغرامة) .

وبمقارنة الأحكام التي جاء بها المشرع الفرنسي مع ما جاء به كل من المشرعين الجزائري والمصري، يلاحظ أنها أكثر صرامة وهذا يعني أن كلا منهما عجز في إصلاحه لنظام العلامات حيث أنهما لم ينصا على العقوبات المناسبة لحماية حقوق أصحاب العلامات .

يعتقد أنه في إطار تحقيق أقصى درجات الحماية للعلامة التجارية وقيام المسؤولية الجزائية لمرتكبي جرائم هذه العلامات يفضل رفع الغرامة المقررة لهذه الجرائم، لأن بعض الأشخاص قد لا تردعهم إلا العقوبات المالية. كما أن العقوبات السالبة للحرية قد لا تكون رادعة في إطار الكسب غير المشروع ، وخصوصا مدة الستة أشهر التي قد تكون غير كافية لإصلاح المحكوم أو إعادة تأهيله. فهذا الشخص الذي يهدف إلى تحقيق أكبر قدر من الربح من جرائم الغش التجاري لا يهتم إن حكم عليه بعقوبة الحبس ولكن يهتم إن وقعت عليه غرامات مالية ضخمة .

(1) En ce sens , v . art . L . 716 – 10 C . Fr . propr . intell . modifié par Loi n°2016-731 du 3 juin 2016 - art. 44:

“Est puni de trois ans d'emprisonnement et de 300 000 euros d'amende le fait pour toute personne : ... De sciemment livrer un produit ou fournir un service autre que celui qui lui est demandé sous une marque enregistrée ... “.

المبحث الثاني

العقوبات التكميلية المقررة لجرائم التعدي على العلامة التجارية

عنيت جميع التشريعات المقارنة بوضع طائفة من العقوبات التي تتناسب وطبيعة مرتكب جرائم العلامات التجارية ، ولم يختلف موقف المشرع الجزائري عن موقف التشريعات المقارنة ، إذ حرص على النص على العديد من العقوبات التكميلية التي يمكن أن توقع على مرتكبي هذه الجرائم . فالعقوبات التكميلية المقررة لجرائم العلامات التجارية في القانون الجزائري، إما أن تمس ذمتها المالية كالمصادرة ، أو تمس نشاط الشركة كغلقها⁽¹⁾، أو تمس سمعتها كنشر الحكم بالإدانة ، وإما أن تمس حقوقا أخرى كالإتلاف .

لقد نصت تشريعات العلامة التجارية على عقوبات تكميلية إلى جانب العقوبات الأصلية في حالة التعدي على العلامة التجارية .

فالعقوبات التكميلية هي تلك التي لا يجوز الحكم بها مستقلة عن عقوبة أصلية ، فيما عدا الحالات التي ينص عليها القانون صراحة ، وهي إما إجبارية أو اختيارية⁽²⁾ .

وباستقراء تشريعات العلامة التجارية ، نجد أن مناهجها قد اختلفت في النص على العقوبات التكميلية المقررة لجرائم التعدي على العلامة التجارية ، وهذا ما سنعرضه من خلال دراستنا هذه . ولمزيد من التفضيل سنتطرق إلى تطبيق عقوبتي المصادرة والإتلاف على جرائم العلامات التجارية في المطلب الأول ثم تطبيق عقوبتي الإغلاق ونشر الحكم على جرائم العلامات التجارية في المطلب الثاني .

(1) راجع : رجب محمود طاجن ، حقوق الملكية الفكرية للأشخاص المعنوية العامة ، دراسة مقارنة ، الطبعة الثانية ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2008 ، ص 176 .

(2) المادة 4 / 2 قانون العقوبات الجزائري ، أما المشرع المصري فقد نص عليها في المادة 24 من قانون العقوبات حيث أطلق عليها العقوبات التبعية .

المطلب الأول

تطبيق عقوبات المصادرة والإتلاف في جرائم العلامات التجارية

اختلفت مواقف التشريعات الخاصة بالعلامة التجارية فيما يخص العقوبات التكميلية المقررة لجرائم التعدي على العلامة التجارية، ومن بين هذه العقوبات التي تقضي بها المحكمة في جرائم العلامات التجارية هي مصادرة المنتجات الحاملة للعلامات المقلدة محل الجريمة والأدوات التي استخدمت في ارتكابها، إلى جانب إتلاف العلامة التجارية المخالفة، وأدوات التي استخدمت في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية، وأتلاف المنتجات ذات الصلة بالعلامة المخالفة .

والمصادرة جزاء مالي، مضمونه نقل ملكية مال له علاقة بجريمة وقعت أو يخشى وقوعها إلى الدولة، التي تحل محل المحكوم عليه في ملكية المال من دون مقابل⁽¹⁾. كما تعرف كذلك بأنها نقل ملكية مال معين إلى الدولة دون مقابل⁽²⁾. وهذا ما سنتطرق إليه بمزيد من التفصيل على النحو الآتي :

(1) راجع : علي محمد جعفر، فلسفة العقاب والتصدي للجريمة، الطبعة الأولى، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 2006، ص 109 .

(2) أمين مصطفى محمد، المسؤولية الجنائية والجزاء الجنائي في القانونين المصري والكويتي، المرجع السابق، ص 200 . وقد عرف الدكتور أحمد عوض بلال المصادرة بأنها: " تتضمن إيلام ذا طبيعة مالية، يتمثل في نزع ملكية المال محل المصادرة جبرا عن المالك، وإضافته إلى ملكية الدولة دون مقابل أو حلولها محله في الملكية، ما لم يحدد القانون طريقا آخر للتصرف في المال المصادر ". راجع : أحمد عوض بلال، النظرية العامة للجزاء، الطبعة الثانية، دار النهضة العربية، القاهرة، 1996، ص 435 . مدحت الدبيسي، العقوبات التبعية والتكميلية في التشريعات الجنائية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2009، ص 77 .

الفرع الأول : المصادرة (La confiscation)

لقد نص المشرع الجزائري على عقوبة المصادرة كإحدى العقوبات التكميلية التي يجوز للمحكمة أن تقرها⁽¹⁾، حيث يحكم القاضي بمصادرة⁽²⁾ المنتجات والأدوات التي تكون موضوع ارتكاب الجنحة . ولتطبيق هذه العقوبة يجب أن تكون الجنحة قد ارتكبت وأثبتت⁽³⁾ . فإذا كان القاضي في التشريع السابق غير ملزم بالحكم بالمصادرة لكونها اختيارية، وذلك لاستعمال عبارة "يجوز" في النص القانوني⁽⁴⁾، فالأمر يختلف في الأحكام الراهنة إذ جاء فيها أن مرتكب جنحة التقليد يعاقب بالحبس والغرامة أو بإحدى هاتين العقوبتين مع مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في ارتكاب الجنحة . فلا يمكن النطق بالمصادرة إلا في حالة الحكم بعقوبة جزائية .

وإعمالاً للمبادئ العامة المنصوص عليها في قانون العقوبات يمكن القول أنه في حالة الإدانة لارتكاب جنحة أو مخالفة يؤمر بمصادرة الأشياء وجوباً إذا كان القانون ينص صراحة على هذه العقوبة، وذلك مع مراعاة حقوق الغير حسن النية⁽⁵⁾ .

أما في التشريع الفرنسي فقد أعطى المشرع الحق للمحكمة في حال الإدانة في جرائم العلامة التجارية أن تقضي بمصادرة المنتجات والأدوات المستخدمة في ارتكاب الجريمة، والأمر هنا متروك لتقدير المحكمة ، ويتضح هذا من عبارة " ... للمحكمة أن تنطق بمصادرة المنتجات ... " ، وبالتالي فإن الحكم بالمصادرة وفق التشريع الفرنسي هو أمر جوازي⁽⁶⁾ .

(1) المادة 32 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية .

(2) نصت المادة 15 من قانون العقوبات الجزائري على ما يلي : " المصادرة هي الأيلولة النهائية إلى الدولة لمال أو مجموعة أموال معينة ، أو ما يعادل قيمتها عند الاقتضاء " . راجع في هذا المعنى : أحمد فتحي سرور ، الوسيط في قانون الإجراءات الجنائية ، دار النهضة العربية ، القاهرة، 1993 ، ص 153 .

(3) محكمة الجزائر، القسم الجنائي ، 17 يوليو 1967 . مشار إليه في: فرحة زراوي صالح ، الكامل في القانون التجاري الجزائري ، المرجع السابق ، ص 281 .

(4) المادة 36 من الأمر رقم 66-57 .

(5) وهذا فحوى المادة 15 مكرر 1 من قانون العقوبات الجزائري .

(6) V : Art. L. 716-15C. Fr. Propr. Intell : " En cas de condamnation ... pour contrefaçon, la juridiction peut ordonner, à la demande de la partie lésée, que les produits reconnus comme produits contrefaisants et les matériaux et instruments ayant principalement servi à leur création ou fabrication soient rappelés des circuits commerciaux, écartés définitivement de ces circuits, détruits ou confisqués au profit de la partie lésée" .

كما يعاقب كذلك قانون الجمارك الفرنسي على هذه الجريمة بمصادرة المنتجات والأدوات المستخدمة في ارتكاب الغش في العلامات التجارية (1) .

في المقابل جاءت المادة 113 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري تنص على أنه: "... وفي جميع الأحوال تقضي المحكمة بمصادرة المنتجات محل الجريمة أو المبالغ أو الأشياء المتحصلة منها ، وكذلك الأدوات التي استخدمت في ارتكابها ... " (2) .

يستخلص من هذا النص أن الحكم بالمصادرة يكون وجوبيا، وهنا لا يكون فيه سلطة تقديرية للقاضي، وبالتالي فإنه يجب أن يتضمن قرار الحكم بمصادرة الأشياء المضبوطة سواء كانت ناتجة عن جريمة أو استخدمت فيها. أما إذا لم تكن هذه الأشياء أو الأدوات قد ضبطت، فإن طلب مصادرتها يكون واردا في غير محله، ولا يجوز الحكم بالمصادرة في هذه الحالة.

ويبدو أن ما ذهب إليه المشرع المصري كان الأصوب ، والذي يتضمن أنه في جميع الأحوال يجب على المحكمة أن تصدر جميع الأشياء المضبوطة سواء استعملت في ارتكاب الجريمة أو أعدت لاقترافها، لما في هذا الاتجاه من تحقيق قيام المسؤولية الجزائية لمرتكبي جرائم العلامات التجارية ، إذ قد يلجأ الفاعل إلى إنفاق مبالغ طائلة لشراء وسائل تقليد أو تزوير العلامة. وبالتالي فإن الحكم بمصادرة هذه الأشياء يتضمن عقوبة، إضافة إلى أنه قد يمنع ارتكاب الجريمة مستقبلا .

(1) **Article 414 Code des douanes Français** modifié par Loi n°2016-1918 du 29 décembre 2016 - art. 22 (V) :

« Sont passibles d'un emprisonnement de trois ans, de la confiscation de l'objet de fraude, de la confiscation des moyens de transport, de la confiscation des objets servant à masquer la fraude, de la confiscation des biens et avoirs qui sont le produit direct ou indirect de l'infraction et d'une amende comprise entre une et deux fois la valeur de l'objet de fraude, tout fait de contrebande ainsi que tout fait d'importation ou d'exportation sans déclaration lorsque ces infractions se rapportent à des marchandises de la catégorie de celles qui sont prohibées au sens du présent code ou aux produits du tabac manufacture «.

(2) المادة 113 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري .

الفرع الثاني : الإلتلاف (La destruction)

يسير منهج المشرع في تشريعات العلامة التجارية إلى منح المحكمة سلطة تقرير إلتلاف العلامة التجارية المخالفة، أو الأدوات التي استخدمت في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية، أو تقرير إلتلاف المنتجات ذات الصلة بالعلامة المخالفة ، ولكن تتباين مناهج التشريعات في جعل الإلتلاف وجوبيا على المحكمة أم اختياريا .

تطرق المشرع الجزائري لعقوبة الإلتلاف في المادة 32 من الأمر رقم 03-06 ، والتي ورد فيها مايلي : " ... فإن كل شخص ارتكب جنحة تقليد ، يعاقب بالحبس من ستة 6 أشهر إلى سنتين وبغرامة من مليونين وخمسمائة ألف دينار 2.500.000 دج إلى عشرة ملايين دينار 10.000.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط مع :

- إلتلاف الأشياء محل المخالفة " (1) .

يستفاد من هذا النص أنه زيادة عن المصادرة تأمر المحكمة بإلتلاف الأختام (الكليشيات) ونماذج العلامة، أي الأشياء والأدوات التي استعملت لارتكاب الجنحة (2). وبالرغم من إلغاء عبارة "في جميع الحالات " (3)، فإنه يجب اعتبار أن الحكم بالإلتلاف يعد في التشريع الجزائري وعلى خلاف التشريع الفرنسي (4) أمرا إلزاميا نظرا لصياغة النص القانوني .

والحكمة من وراء هذه العقوبة حماية الصحة العمومية للمستهلكين من تناول سلع حاملة لعلامات مقلدة قد تكون مضرّة بصحتهم أو تحتوي على مواد خطيرة (5).

(1) الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات .

(2) فرحة زراوي صالح ، المرجع السابق ، ص 281 .

(3) المادة 35 من الأمر رقم 66-57 ، وفي هذا الموضوع انظر: محكمة الجزائر، القسم الجنائي، 30 أبريل 1969 : " Sur la destruction des clichés et la publication dans les journaux , attendu que la demande est fondée, qu' il y a lieu d' ordonner ces 2 mesures " .

ومحكمة وهران ، القسم التجاري ، 22 نوفمبر 2004 : " الحكم على المدعى عليها بالتوقف الفوري عن كل إنتاج أو توزيع لمنتجاتها الحاملة لعلامة " سينيا " مع إلتلاف كل الكميات المخزونة من هذا المنتج والوثائق التي تظهر عليها هذه العلامة" . راجع : فرحة زراوي صالح ، الكامل في القانون التجاري الجزائري ، المرجع السابق ، ص 282 .

(4) V. Art. L716-11-2 C. Fr. Propr. Intell. : " La juridiction peut ordonner la destruction aux frais du condamné ou la remise à la partie lésée des objets et choses retirés des circuits commerciaux ou confisqués, sans préjudice de tous dommages et intérêts " .

(5) سليمان بارش ، شرح قانون الإجراءات الجزائية ، دار الهدى ، الجزائر، دون سنة نشر، ص 82 .

في المقابل نهج المشرع المصري نفس منهج نظيره الجزائري، ويتضح هذا من خلال نص المادة 117 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية ، والتي ورد فيها : "...وتأمر المحكمة بإتلاف العلامات المخالفة ، ويجوز لها- عند الاقتضاء - الأمر بإتلاف المنتجات أوالبضائع أوأعناوين المحال أوالأغلفة أوالفواتير أوالمكاتبات أووسائل الإعلان أوغير ذلك مما يحمل تلك العلامة أو يحمل بيانات أو مؤشرات جغرافية بالمخالفة لأحكام هذا الكتاب، وكذلك إتلاف الآلات والأدوات التي استعملت بصفة خاصة في ارتكاب الجريمة " (1) .

يفهم من هذا النص أن المشرع المصري قد جعل إتلاف العلامة المخالفة هو أمر وجوبي على المحكمة ، ومن ناحية أخرى فقد أعطى سلطة تقديرية للمحكمة إذ يجوز لها عند الاقتضاء أن تأمر بإتلاف المنتجات أوالبضائع أوأعناوين المحال أوالأغلفة أوالفواتير أوالمكاتبات أووسائل الإعلان أوكل مما يحمل تلك العلامة أو تحمل بيانات غير قانونية، وكذلك إتلاف الآلات والأدوات التي استعملت بصفة خاصة في تقليد أو تزوير العلامة .

يرى بعض الفقه أن إتلاف السلع أمر غير مرغوب فيه من الوجهة الاقتصادية، ومن واجب المحكمة أن تستعمل حقها في هذا الصدد بحذر وحرص شديدين، فلا تأمر بإتلاف السلع إلا إذا تعذر انتزاع العلامة منها أو كانت ضئيلة القيمة أو فاسدة أو مضرّة بالصحة (2) .

ويبدو أن هذا الرأي يميل إلى الصواب، فبدلاً من إتلاف البضائع والأدوات فإنه يمكن التصرف فيها بطريقة أخرى، كأن يتم بيعها تحت إشراف المحكمة وبالمزاد العلني بعد إطلاع الجمهور على حقيقة هذه المنتجات أو البضائع ، ويعوض حسن النية الذي تعامل مع هذه البضائع أو يعوض مالك العلامة التجارية التي تم الاعتداء على علامته .

(1) المادة 117 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري .

(2) محسن شفيق ، القانون التجاري المصري ، المرجع السابق ، ص 562 . كما يرى العميد محمد صالح أن إتلاف المنتجات قد يكون مناقضاً للمصلحة العامة وأنه متى كانت البضاعة التي تحمل العلامة المقلدة على درجة معينة من الجودة أن يحكم القاضي بتسليمها إلى جهة بر كمستشفى أو ملجأ . مشار إليه في : محمد حسني عباس ، الملكية الصناعية و المحل التجاري ، المرجع السابق ، ص 355 .

المطلب الثاني

تطبيق عقوبات الإغلاق ونشر الحكم في جرائم العلامات التجارية

إن العقوبة التكميلية هي عقوبة يقرها القانون زيادة على العقوبة الأصلية لتضاف إليها وتكمل معنى الجزاء في جرائم معينة ، حيث تعتبر عقوبات الإغلاق ونشر الحكم في جرائم الغش التجاري من أهم العقوبات التكميلية .

يتمثل غلق المنشأة *Le fermeture d' établissement* في المنع من استمرار استغلال تلك المنشأة (محل تجاري ، مصنع ، مكتب ...) عندما تكون محلا أو أداة لأفعال تشكل خطرا على النظام العام⁽¹⁾ . وقد يترتب على غلق المؤسسة وقف نشاطها سواء بصفة مؤقتة أو نهائية ، وذلك لمنع ممارسة النشاط الذي ارتكبت الجريمة بمناسبةه .

يتم نشر الحكم الصادر بالإدانة سواء بالنشر في الصحف أو بالشهر على واجهة المحلات، ويقضي غالبا بشهر الأحكام الصادرة بالإدانة في المجال الاقتصادي والاجتماعي والتجاري، وذلك عن طريق لصق صورة من الحكم أو ملخص له على الأماكن التي يحددها الحكم، سواء كانت واجهات المصانع أو المحلات أو المكاتب أو غيرها وذلك على حساب المحكوم عليه، ويعاقب كل من يتلف أو يمزق تلك الإعلانات⁽²⁾.

جاءت مواقف التشريعات الخاصة بالعلامة التجارية متغايرة فيما يخص عقوبة نشر الحكم الصادر بالإدانة ، حيث أخذت بعض التشريعات بهذا التدبير في حين أن البعض الآخر لم تأخذ به . ولتحديد كل من هذه العقوبات سنتطرق إلى الإغلاق (الفرع الأول) ثم نشر الحكم (الفرع الثاني) .

(1) J. Pradel , Droit pénal , op. Cit , p 585 .

راجع : محمد علي العريان ، الجرائم المعلوماتية ، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية ، 2011 ، ص 249 .

(2) أمين مصطفى محمد ، النظرية العامة لقانون العقوبات الإداري ، المرجع السابق ، ص 266 .

الفرع الأول : الإغلاق

تباينت مواقف تشريعات العلامة التجارية من هذا التدبير، حيث ذهبت بعض التشريعات للنص صراحة على هذه العقوبة من جراء التعدي على العلامة التجارية، حيث اعتبرتها بعض التشريعات عقوبة جوازية، واعتبرها البعض الآخر عقوبة وجوبية، في حين هناك تشريعات أخرى لم تنص على هذه العقوبة إطلاقاً (1).

وتماشيا مع تقرير قيام المسؤولية الجزائية للشخص الاعتباري فقد سارت التشريعات المقارنة إلى تقرير عقوبة إغلاق المصنع أو المحل التجاري أو المؤسسة كجزاء على ارتكاب جرم لحساب هذا الشخص .

نص المشرع الجزائري على عقوبة تكميلية أخرى تتمثل في الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة (2). وفي حالة الحكم على المتهم بعقوبة جزائية ، يقرر القاضي غلق المؤسسة التي استعملت لتنفيذ الجنحة ، ويعد هذا القرار اختياريا في التشريع الفرنسي (3). لكن لم يبين المشرع الجزائري على خلاف نظيره الفرنسي مصير عمال المؤسسة بعد قرار الغلق مؤقتا كان أو نهائيا، كما لم يحدد المدة التي لا يمكن أن يتجاوزها الغلق المؤقت . أما بالرجوع إلى القواعد العامة في قانون العقوبات نجد أن المشرع الجزائري حدد مدة غلق المؤسسة أو أحد فروعها لمدة لا تتجاوز خمس سنوات (4).

(1) التشريعات التي لم تأخذ بإغلاق المحل أو المشروع أو المنشأة أو الأماكن التي استغلّت في ارتكاب جريمة التعدي على العلامة التجارية هي : التونسي ، اللبناني ، السوري ، السوداني و الأردني ، إلا أنه يمكن الرجوع إلى القواعد العامة الواردة في التشريع العام . راجع : ناصر عبد الحليم السلامة ، المرجع السابق ، ص 407.

(2) المادة 32 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية .

(3) V. Art. L. 716-11-1 C. Fr. Propr. Intell. :

« Outre les sanctions prévues aux articles L. 716-9 et L. 716-10, le tribunal peut ordonner la fermeture totale ou partielle, définitive ou temporaire, pour une durée au plus de cinq ans, de l'établissement ayant servi à commettre l'infraction «.

(4) المادة 18 مكرر من قانون العقوبات الجزائري .

أما المشرع الفرنسي فقد بين أنه إذا ترتب عن الغلق النهائي للمؤسسة فصل العمال، وجب تعويضهم عن هذا الفصل وعن الأضرار المنصوص عليها في المواد L.122-14-4 و L.122-14-5 من قانون العمل، وفي حالة عدم التعويض يعاقب بالحبس لمدة ستة أشهر وبغرامة قدرها 3750 يورو⁽¹⁾.

وفي مصر يمكن للمحكمة بعد إتمام إجراءات التقاضي وثبوت جرم التعدي على العلامة، أن تصدر في قرار الحكم النهائي أمرا يتضمن إغلاق المنشأة التي استغلها المتهم في ارتكاب الجريمة. وتعد أقصى مدة للغلق هي ستة أشهر⁽²⁾.

إلا أن المشرع المصري وخروجا على هذا الحكم الذي قرره في المادة 113 من القانون السابق الذكر الخاص بأمر الغلق، فقد ألزم المحكمة بالغلق الوجوبي في حالة العود، ولكن طبقا للمدة التي تراها المحكمة حيث لم يحدد في النص ذاته حدا أقصى لمدة الغلق⁽³⁾.

ويبدو أن ما ذهب إليه المشرع المصري فيما يخص عقوبة إغلاق الأماكن التي استعملت في جريمة التعدي على العلامة التجارية هو الرأي الأرجح، وخصوصا في تحديده لمدة الغلق. ويفضل أن يسلك المشرع الجزائري مسلك نظيره المصري ويحدد المدة التي يجب أن لا يتجاوزها الغلق المؤقت، ويرجح أن يأخذ بمدة لا تتجاوز خمس سنوات وذلك تطبيقا وإعمالا للمبادئ العامة المنصوص عليها في قانون العقوبات الجزائري.

بالرغم من أن غلق المنشأة يصيب المخالف في ذمته المالية إذ تنقطع إيراداته، إلا أن غلق المنشأة ينصب في جانبه الأكبر على تقييد أو منع حق الفرد في استغلال المنشأة التي يمتلكها أو يستأجرها لتحقيق الأهداف التي يسعى إليها.

ويشبه غلق المنشأة المصادرة، في أنه يمنع الاستغلال التجاري للمنشأة، ومع ذلك يظل غلق المنشأة مختلفا عن المصادرة، إذ أن المنشأة المغلقة لا تباع لحساب الدولة، بل تظل دائما ملكا لصاحبها حتى ولو في حالة الغلق النهائي⁽⁴⁾.

(1) Pour plus de précisions, v. Art. L. 716-11-1 C. Fr. Propr. Intell. :

« La fermeture temporaire ne peut entraîner ni rupture, ni suspension du contrat de travail, ni aucun préjudice pécuniaire à l'encontre des salariés concernés. Lorsque la fermeture définitive entraîne le licenciement du personnel, elle donne lieu, en dehors de l'indemnité de préavis et de l'indemnité de licenciement, aux dommages et intérêts prévus aux articles L. 122-14-4 et L. 122-14-5 du code du travail en cas de rupture de contrat de travail. Le non-paiement de ces indemnités est puni de six mois d'emprisonnement et de 3 750 euros d'amende “ .

(2) المادة 113 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري .

(3) سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، المرجع السابق، ص 601 .

(4) راجع : أمال عثمان، شرح قانون العقوبات الاقتصادي في جرائم التموين، دار النهضة العربية، القاهرة، 1978 ،

الفرع الثاني : نشر الحكم

تطبق التشريعات المختلفة نظام نشر الأحكام القضائية الصادرة بالإدانة، وذلك كعقوبة تكميلية تصيب المدان عن بعض الجرائم في سمعته .

نص التشريع الجزائري السابق على عقوبة الإعلان، بحيث كان يجوز للمحكمة أن تأمر بالصاق نص الحكم في الأماكن التي تحددها ونشره بتمامه أو بتلخيصه في الجرائد التي تعينها وذلك كله على نفقة المحكوم عليه⁽¹⁾، ويجوز الحكم بهذه العقوبة إما لصالح الطرف المدني الذي لحق به ضرر وإما لصالح المدعى عليه أو المتهم إذا كانت الدعوى غير مبنية على أساس قانوني .

في حين أن الأحكام الراهنة لا تتضمن ذكر " إعلان الحكم " كعقوبة تكميلية ، وبالتالي لا يمكن للمحكمة أن تأمر بنشر الحكم بأكمله أو مستخرج منه في جريدة أو تعليقه في أماكن معينة إلا في "الحالات التي يحددها القانون " (2) .

انطلاقاً مما سبق يمكن القول أن عقوبة الإعلان أصبحت غير قابلة للتطبيق على جرائم الاعتداء على العلامة التجارية .

في التشريع الفرنسي يمكن للمحكمة أن تأمر بنشر حكم الإدانة في جريدة واحدة أو أكثر، وذلك على نفقة المتهم وذلك وفقاً للشروط المنصوص عليها المادة 131-35 من قانون العقوبات⁽³⁾.

في المقابل أورد المشرع المصري هذه العقوبة في المادة 117 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية : " ... ويجوز للمحكمة أيضاً أن تأمر بنشر الحكم في جريدة واحدة أو أكثر على نفقة المحكوم عليه " (4) .

يستفاد من هذا النص أنه يجوز للمحكمة أن تأمر بنشر حكم الإدانة في جريدة واحدة أو أكثر، وذلك على نفقة المتهم .

(1) المادة 2/34 من الأمر رقم 57-66 . انظر في هذا الموضوع : مجلس قضاء الجزائر ، القسم المدني، 23 أبريل 1971 ، ص 288 . ومحكمة الجزائر ، القسم الجنائي ، 17 يوليو 1967، ص 100 .

(2) المادة 18 من قانون العقوبات الجزائري .

(3) V . Art, L. 716-13 C. Fr. Propr. Intell. : " La juridiction peut ordonner la destruction , ... Elle peut également ordonner, aux frais du condamné, l'affichage du jugement ou la diffusion du jugement prononçant la condamnation, dans les conditions prévues à l'article 131-35 du code pénal" .

(4) المادة 117 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري .

من أهم مزايا نشر الحكم الصادر بالإدانة ، أنه وسيلة للتشهير بالمجرمين وفضح أمرهم، وهو بمثابة تحذير للمستهلكين من شراء السلعة التي تحمل العلامة المقلدة أوالمغتصبة ، وفيه أيضا ترضية للمجني عليه وتعويض له عما أصابه من ضرر (1).

تأسيسا على ما سبق تظهر ضرورة تطبيق عقوبة نشر الحكم الصادر بالإدانة في جرائم العلامة التجارية، لما تحقق من نتائج أهمها كشف أمر المتهم للجمهور وتحذيره من التعامل مع مرتكب الجريمة، كما أن النشر ينطوي على تعويض معنوي لمالك العلامة عن الأضرار الأدبية التي نالت شهرة العلامة التجارية .

على هذا الأساس يمكن للمشرع الجزائري أن ينص على هذه العقوبة في المادة 32 من الأمر رقم 03-06 ، وذلك في سبيل تحقيق المسؤولية الجزائية لمرتكبي جرائم العلامة التجارية .

وأخيرا يمكننا القول بأن دراستنا للجزاء الجنائية لا ينبغي أن تقتصر على دراسة الأحكام العامة للعقوبات ، وإنما يجب أن تشمل دراسة الأحكام العامة لتدابير الأمن باعتبارها صورة من الجزاء الجنائي، مقرررة في التشريع الوضعي ، ولها تطبيقات كثيرة في القضاء الجنائي .

إلا أن مواقف تشريعات العلامة التجارية محل الدراسة جاءت متباينة بخصوص التدابير التي يمكن الأخذ بها من قبل المحكمة في حال التعدي على العلامة التجارية سواء من حيث وجوب تطبيق هذه التدابير أو من حيث إعطاء المحكمة سلطة تقديرية بهذا الخصوص . وانطلاقا مما سبق إلى أي مدى يمكن تطبيق التدابير الأمن على جرائم الاعتداء على العلامات التجارية ؟

باستقراء تشريعات العلامة التجارية محل الدراسة نجد أنه لم يرد فيها نصوصا قانونية خاصة تقضي بتطبيق تدابير الأمن، إلا أن هذا لايعني عدم إمكانية تطبيق هذه التدابير على جرائم العلامات التجارية وذلك بالرجوع إلى الأحكام العامة المنصوص عليها في قانون العقوبات . وهذا ما يؤدي إلى القول أنه لا يوجد ما يمنع المحكمة من إمكانية تطبيق التدابير الواردة في التشريع العام .

(1) محسن شفيق ، القانون التجاري المصري ، المرجع السابق ، ص 562 . لمزيد من التفصيل فيما يخص نشر الحكم الصادر بالإدانة راجع : عبد الحميد المنشاوي ، حماية الملكية الفكرية ، حقوق المؤلف والحقوق المجاورة وأحكام الرقابة على المصنفات الفنية ، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية، 2010 ، ص 141 .

تأسيسا على ذلك فإنه يجوز للمحكمة وفقا للتشريع الجزائري أن تقرر إغلاق المحل الذي تم فيه الاعتداء على العلامة التجارية، ومنع المحكوم عليه من أن يمارس فيه النشاط الذي ارتكبت الجريمة بمناسبةه، ويحكم بهذه العقوبة إما بصفة نهائية أو لمدة خمس سنوات في حالة الإدانة لارتكاب جنحة (1)، وكذلك يجوز للمحكمة أن توقف الهيئة المعنوية عن العمل إذا اقترفت لصالحها جريمة تعدي على العلامة التجارية ، وذلك عملا بأحكام المادة 9 من قانون العقوبات الجزائري .

كما نصت المادة 16 من قانون العقوبات الجزائري على أنه : " يتعين الأمر بمصادرة الأشياء التي تشكل صناعتها ، أو استعمالها أو حملها ، أو حيازتها أو بيعها جريمة ، وكذا الأشياء التي تعد في نظر القانون أو التنظيم خطيرة أو مضرّة .

وفي هذه الحالة تطبق المصادرة كتدبير أمن ، مهما يكن الحكم الصادر في الدعوى العمومية " .

ويفهم من هذا النص أن المصادرة قد تكون عقوبة تكميلية أو تدبير أمن (2)، حيث تعتبر عقوبة تكميلية عندما تنصب على الأشياء التي استعملت أو كانت ستستعمل في تنفيذ الجريمة أو على الأشياء التي تحصلت من الجريمة. وتطبق كتدبير أمن إذا كانت صناعة الأشياء المضبوطة أو استعمالها أو حملها أو حيازتها أو بيعها تعتبر في حد ذاتها جريمة .

(1) المادة 16 مكرر 1 من قانون العقوبات الجزائري .

(2) راجع : عبد الله سليمان ، شرح قانون العقوبات الجزائري ، القسم العام ، الجزاء الجنائي ، الطبعة السادسة ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 2008 ، ص 566 .

خاتمة

إن أولى الأمور المستقر عليها في موضوع المسؤولية الجزائية في جرائم العلامات التجارية هو وجود إجماع على أهمية موضوع العلامات التجارية وضرورة حمايتها جزائياً، حيث سعى المشرع الوضعي جاهداً لتجسيد هذه الحماية وترجمتها واقعياً، كما أدرك ضرورة توسيع نطاق المسؤولية الجزائية في جرائم العلامات التجارية على أن تشمل الأشخاص المعنوية. وقد كانت المسؤولية الجزائية في جرائم العلامة التجارية ثمرة تطور تشريعي مرّ بمراحل مختلفة، وكان ذلك نتيجة التطور في الحياة الاقتصادية والتكنولوجية .

ويعتبر تقليد العلامة التجارية من الجرائم التي تمس الاقتصاد الوطني والدولي ولاشك أيضاً أنه يمس بالمنظومة الأخلاقية للمجتمع. فهو يشكل اعتداء مزدوجاً لأنه أولاً يمس مالك الحق في العلامة، وثانياً يمس الغير المتمثل في مجموع المستهلكين الذين قاموا باقتناء السلع الحاملة للعلامات المقلدة .

كما احتلت جرائم العلامات التجارية عبر الإنترنت نسبة هامة من بين الجرائم الاقتصادية على مستوى كثير من الدول، كما أن وسائل الغش في إطار معاملات التجارة الإلكترونية متعددة بكثرة لدرجة أنه لا يمكن عدها أو الإلمام بها كونها تنسم بذات الصفات التي تنسم بها التجارة الإلكترونية من كونها متجددة وتخضع للتطور المستمر، لذلك يتوجب توعية المجتمع وتنقيفه بهذه الجرائم .

ولتلافي النقائص التي اعترت التشريعات الجنائية نتيجة التطورات التكنولوجية والثورة العلمية، قام المشرع بوضع تنظيم قانوني خاص يعالج تلك النقائص ويلائم مستجدات هذه التطورات، أين تكال ذلك فعلاً نتيجة إصرار وجهود الدول على إيجاد تشريعات خاصة بالعلامات التجارية .

حيث خطا المشرع الجزائري خطوة كبيرة في مجال تسطير نظام قانوني متكامل للعلامات التجارية بشكل عام، وأضفى تغطية شرعية واسعة على كل الاعتداءات التي من شأنها المساس بالحق في العلامة، نظراً للخطورة التي تلحق بكل من مالك العلامة والمستهلك ضحية التقليد، بالإضافة إلى ما يلحق الاقتصاد الوطني من ضرر نتيجة لعزوف المستثمرين عن توسيع مشاريعهم في الأسواق التي يغزوها التقليد، فكانت الاعتداءات التي تقع على العلامة من قبيل المساس بالمصلحة العامة .

ولذلك فإنّ هذا الموضوع يعدّ من أهم الموضوعات، بل وأكثرها إلحاحاً في الوقت الحاضر فهو يحتاج إلى دراسة وبحث نظراً لكثرة نواحي القصور القانونية في حل مشكلاته .

ولقد تركز البحث في القيام بجولة متأنية في رحاب المسؤولية الجزائية في جرائم العلامات التجارية استهدفت الوقوف على حقيقة مدلولها ، والتعرف على ما تشعب عنها .

كما تمت هذه الدراسة في ضوء آراء الفقه وأحكام القضاء، وكان هديها في ذلك التشريع الجزائري والتشريعات الأخرى المقارنة. وقد حاولت هذه الدراسة أن تسير دائما في إطار السبب في اختيار موضوعها، بأن تتناوله تناولا قانونيا جديدا يهيئ الإلمام بأبعاده ومحاولة تأصيل أحكامه. ولهذا اتجه الرأي إلى تركيز الجهد لكشف النقاب عن الغرض الأساسي الذي توخيناه من إعداد هذا البحث ألا وهو محاولة علاج الغموض والقصور الذي يتسم به موضوع انتهاك العلامات التجارية .

وبالرغم من أن معظم الدول عرفت قوانين العلامات التجارية ومع ذلك فإن نسبة قرصنة العلامات وتقليدها لا زالت عالية بشكل كبير، والسبب الرئيسي هو ضعف تطبيق هذه القوانين وإنفاذ هذه الحقوق لمصلحة أصحابها من قبل الأجهزة المختصة وعلى رأسها الجهاز القضائي .

تبنى المشرع الجزائري المفهوم الواسع للعلامة التجارية، من خلال تحديد أشكالها والعناصر التي يمكن أن تتكون منها تلك العلامة ، ونتيجة لذلك تم إسباغ حماية جزائية على العلامة التجارية بكافة أشكالها وصورها .

ونظرا لتزايد وتنوع أعمال التعدي على العلامات، تصدى المشرع الجزائري لإعطاء تعريف واسع لجنحة التقليد، حسب ما جاء في نص المادة 26 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، حيث اعتبر كل خرق لحقوق استثنائية مخولة لصاحب العلامة يعد تقليدا يرتب على عاتق صاحبه مسؤولية جزائية ومدنية. كما أنه لم يميز بين مختلف أنواع الاعتداء على العلامة، سواء كانت مباشرة أو غير مباشرة، فلا يختلف الأمر إذا كنا أمام تقليد مطابق أو تقليد بالتشبيه، ولا يتغير الأمر إذا كنا أمام استعمال لعلامة مقلدة فقط ، فالكل جعله تحت تكييف قانوني موحد ، وهي جنحة التقليد ومن ثم فكل تلك الأفعال تخضع لنفس العقوبة المقررة .

إلى جانب إغفال المعايير التي يتم الاعتماد عليها لتحديد درجة التشابه بين العلامتين التي تؤدي إلى تضليل المستهلك ، من أجل القول بوجود تقليد أم لا. كما تعتبر مسألة تقدير وجود تشابه بين علامتين من عدمه من الوقائع المادية ، حيث يقوم قاضي الموضوع باستخلاص ذلك من ظروف كل حالة على حدى، مع إمكانية استعانتة بأهل الخبرة في هذا الصدد .

حسنت التشريعات المقارنة مسألة تمتع العلامة التجارية بالحماية الجزائية ، حيث أوردت نصوصا صريحة استوجبت أن تكون العلامة التجارية قد تم تسجيلها طبقا للقانون . أي أنّ الحماية الجزائية للعلامة التجارية تدور وجودا وعدما مع التسجيل، ولا بدّ من تحقق ركن التسجيل لشمول هذه العلامة بالحماية الجزائية .

والمصلحة التي تهدف إليها هذه التشريعات من الحماية الجزائية للعلامات التجارية لا تقتصر على حماية صاحب الحق في ملكية العلامة التجارية، وإنما تمتدّ لتشمل حق المستهلك في عدم استعمال العلامة في ما يؤدي إلى غشه وخداعه في مجال التعامل التجاري بالمنتجات والبضائع المختلفة . لا تقوم المسؤولية الجزائية للشخص الذي يستخدم علامة على سلع أو خدمات غير مماثلة ولا مشابهة لتلك التي سجلت من أجلها العلامة ، فالحماية الجزائية لا تمتد على جميع أنواع السلع أو الخدمات الأخرى، لأن استعمالها على هذه الأخيرة لا يؤدي إلى تضليل المستهلك ، ومن ثم لا يشكل خطرا على حقوق مالك العلامة .

لم يكفل المشرع الجزائري مالك العلامة بالحماية اللازمة، حيث أنه وأمام ضعف مقدار العقوبة، وتخيير القاضي بين عقوبة الغرامة أو الحبس أدى في الكثير من الأحيان إلى تردد العديد من التجار والمقاولين إلى أعمال التقليد والغش ، مما نجم عنه تخوف العديد من المستثمرين الأجانب للاستثمار في الجزائر .

إلى جانب إغفال التشريعات الخاصة بالعلامات التجارية مسألة تطلب القصد الخاص في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية ، ولم تنص على هذا صراحة بل إنّ العبارات التي استخدمتها بعض التشريعات جاءت غير واضحة من حيث الصياغة القانونية ، الأمر الذي أثار جدلا فقهيًا .

كما جاء الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات الجزائرية خاليا من النص على المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية عن جريمة الغش التجاري ، هذه الجريمة التي تزايدت في الآونة الأخيرة بتزايد المنتجات والخدمات الحاملة للعلامات المقلدة وتسارع المستهلك لاقتنائها، دون الاكتراث لطبيعتها وصنفها ومقوماتها. كما أنه أغفل النص على المساهمة الجنائية في جرائم العلامات التجارية، ولهذا يجب الرجوع دائما إلى الأحكام العامة المنصوص عليها في قانون العقوبات .

في المقابل قصر المشرع الجزائري المسؤولية الجزائية في المادة 51 مكرر من قانون العقوبات في أعضاء الشخص المعنوي الخاص وممثليه الشرعيين دون سواهم . وبذلك يكون قد حصر الأشخاص الطبيعيين الذين يرتكبون الجرائم لحساب الشخص المعنوي في حدود ضيقة تستبعد فيها الأشخاص المفوض لهم السلطة وكذا صغار العمال والموظفين ، مع العلم أن غالبية الجرائم ترتكب عند تفويض مهام التسيير بسبب كثرة فروع الشخص المعنوي وأنشطته المتعددة في أماكن متباعدة . فهذا الحصر يؤدي من الناحية العملية إلى التضيق من تطبيق مبدأ المسؤولية الجزائية وتعذر معاقبة الأشخاص المعنوية في حالات كثيرة .

وكثيرا ما تردد القضاء في تطبيق المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي الذي تكاد تنعدم فيه الأحكام القضائية الجزائية ، بسبب وجود ثغرات ونقائص في التشريع وعدم الأخذ بعين الاعتبار عدة مسائل قانونية عند تعديله . فتحقيق الهدف الأساسي من الاعتراف بهذه المسؤولية لا يكون عن طريق التنظيم التشريعي فقط وإنما بالتطبيق الفعلي للنصوص القانونية .

إن ذكر المشرع الجزائري جنحة التقليد في المادة 32 من الأمر رقم 03-06 يدعو للاعتقاد أنه أغفل ذكر باقي جرائم التعدي على العلامة التجارية ، إلا أنه ذكر في المادة 26 من الأمر ذاته أنه يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة ما قام بها الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة ، وهذا يعني أنّ أي فعل يقع على العلامة التجارية المسجلة ويمس حقوق صاحب العلامة يعدّ جريمة يعاقب عليها القانون .

كما تنص بعض التشريعات على جواز تسجيل العلامات الصوتية أو الخاصة بحاسة الشم ، وذلك حتى لا يحرمها من الحماية التي ينشدها المجتمع الدولي سواء كانت دولية أو وطنية . وحتى لا يخلق فراغا تشريعا محتملا وثغرة قد يستفيد منها كل من تسول له نفسه من محترفي الغش والخداع للتلاعب بمصالح المنتجين والمستهلكين .

إضافة إلى تشتت الأحكام الخاصة بالعلامات التجارية بين عدة قوانين خاصة ، لهذا أثبتت هذه الدراسة أهمية تجميع النصوص القانونية المشتتة في مجال العلامات التجارية في قانون واحد خاص .

اتبعت بعض الدول سياسة جنائية رشيدة لمواجهة جرائم الاعتداء على العلامات التجارية تركز على محورين : أولهما محور علاجي، وذلك بتفعيل العقوبات المقررة لجرائم الاعتداء على العلامة التجارية لتتناسب مع جسامتها . وثانيهما : محور وقائي، وذلك بالعمل على منع جرائم الاعتداء على العلامة قبل وقوعها، وذلك لمنع أضرارها ويأتي ذلك عن طريق تفعيل دور جمعيات حماية المستهلك وإعطائها السلطات والصلاحيات التي تمكنها من ممارسة رقابتها .

سلكت بعض التشريعات في تقديرها للغرامة في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية مدى الربح أو الفائدة التي حققها الجاني من جريمته أو التي يسعى إلى تحقيقها . واعتنقت مبدأ تطبيق الغرامة النسبية بدلا من مجرد فرض حد أدنى وأقصى للغرامة ، فهي الأنسب في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية لأنها ذات طبيعة عينية موضوعية .

كما ظهرت أهمية رفع عقوبة الغرامة المالية وتضخيمها في مجال الغش التجاري وجرائم الاعتداء على العلامات التجارية، خصوصا وأن المعتدي على العلامات التجارية همه الكسب والربح السريع حتى ولو كان بطرق غير مشروعة. وهنا يظهر دور الغرامة ونجاحتها في الردع العام والخاص.

إن تدارك جرائم العلامات التجارية عبر الإنترنت يكمن في أهمية إجراء مزيد من البحوث في مجال التجارة الإلكترونية، لسعة نطاقها وانتشارها ، ولتوقع أن تصبح أهم أساليب التجارة الأكثر شيوعا في الزمن القادم، واستحداث دوائر للتحقيق في جرائم العلامات ، ومحاكم للنظر في قضايا تلك الجرائم، وتحديد طرق الإثبات، وإسناد المسؤولية الجزائية فيها .

ولهذا السبب ظهرت ضرورة توعية المجتمع وتنقيفه بهذه الجرائم التي احتلت نسبة هامة من بين الجرائم الاقتصادية على مستوى كثير من الدول ، كما أن وسائل الغش في إطار معاملات التجارة الإلكترونية متعددة بكثرة لدرجة أنه لا يمكن عدها أو الإلمام بها ، كونها تتسم بالسرعة والتطور .

كما أوصت بعض المؤتمرات والملتقيات الدولية بأن يكون هناك تخصص قضائي في قضايا الملكية الصناعية ، وذلك بإنشاء محاكم متخصصة لتسوية المنازعات المتعلقة بالعلامات التجارية .

تظهر أهمية تحسيس الرأي العام والمستهلك بأخطار وأضرار تقليد العلامات التجارية عن طريق تنظيم أيام إعلامية بالتعاون مع المعهد الوطني للملكية الصناعية مثل اليوم الذي نظم في فرنسا تحت عنوان " التقليد ، لا شكرا " " Contrefaçon , non merci " .

وفي هذا المقام دعت بعض الآراء إلى استحداث جمعيات خاصة بحماية حقوق الملكية الصناعية بصفة عامة والعلامات التجارية بصفة خاصة ضد كل أنواع التقليد . إلى جانب تفعيل دور الشرطة في مجال نشر الوعي المجتمعي الكفيل بمحاصرة جرائم تقليد العلامات التجارية .

وتكاتف جميع الجهات -حكومية أوخاصة - لتفعيل جهود مكافحة كافة أشكال جرائم العلامات التجارية، وذلك صونا لحقوق كافة أطراف العملية الإنتاجية من منتجين وموزعين ومستوردين ومصدرين ومستهلكين وعموم البيئة الاقتصادية. إضافة إلى التنسيق والتعاون مع المنافذ الجمركية لمنع دخول السلع الحاملة للعلامات المقلدة إلى الأسواق .

إلى جانب الرقابة في الإعلان عن العلامة التجارية بحيث لا يتم الإعلان عنها إلا بعد تقديم الوثائق المؤيدة لصحة وصدق الإعلان ، وإلا تعتبر الجهة المعلنة شريكة في المسؤولية عن الإعلان عن علامة محل الاعتداء. إلى جانب القيام بجولات ميدانية من قبل أعضاء هيئات ضبط الغش التجاري بالوزارة وفروعها صباحية ومسائية في الأسواق والمحلات التجارية والمستودعات، للتحقق من عدم عرض سلع حاملة لعلامات تجارية مقلدة .

إضافة إلى إحياء وتنقيح القانون النموذجي العربي بشأن العلامات التجارية، على ضوء المتغيرات العالمية الحالية في مجال حقوق الملكية الصناعية، تحت إشراف ورعاية جامعة الدول العربية. ووضع الجهات المختصة نظام كفاء لتسجيل العلامات التجارية ، وإيجاد نوع من التسجيل المركزي بحيث يغطي جميع الدول العربية ، مع الإبقاء على نظام التسجيل المحلي الخاص بكل دولة عربية مما سيجعل له أثر هام في تمتع مواطني الدول العربية بالحماية القانونية في كافة أرجاء الوطن العربي .

وفي الختام فإنني أدعو الله سبحانه وتعالى أن يحقق الهدف من هذه الدراسة ، وإذا كنت قد حاولت من خلال هذه البحث رسم معالم قيام المسؤولية الجزائية في جرائم العلامات التجارية وذلك بجمع شتاتها المتناثر في جميع فروع القانون الجنائي والقوانين الأخرى ، فإن هذا جاء وفق قدرتي البشرية الناقصة فإن أخطأت فمن نفسي وإن أصبت فمن الله ؛ وأدعو الله أن يوفقني في هذه الدراسة وأن يوفقني لما يحب ويرضى .

تم بحمد الله و توفيقه

قائمة المراجع

- القرآن الكريم

I - المصادر:

1- كتب الفقه والحديث :

- أبو الحسن مسلم بن الحجاج القشيري النيسابوري ، صحيح مسلم، دار الكتب العلمية ، بيروت ، 2011 .
- عبد الله محمد بن اسماعيل البخاري ، صحيح البخاري ، حديث 5480 ، دار الحديث ، القاهرة ، 194 - 256 هـ .

2- المعاجم :

- حارث سليمان الفاروقي، المعجم القانوني، الطبعة الثالثة، مكتبة لبنان ناشرون، بيروت، 2000 .
- محمد بن أبي بكر الرازي ، مختار الصحاح ، دار الكتاب العربي للنشر، بيروت ، 1982.
- مجمع اللغة العربية ، المعجم الوجيز، دار التحرير للطبع والنشر، القاهرة ، 1989 .
- نديم مرعشلي وأسامة مرعشلي، الصحاح في اللغة والعلوم، دار الحضارة العربية ، بيروت، 1974.

II - المراجع بالعربية :

أولاً- المراجع العامة :

- 1- آمال عثمان ، شرح قانون العقوبات الاقتصادي في جرائم التموين، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 1978.
- 2- أحسن بوسقيعة ، الوجيز في القانون الجنائي العام، الطبعة الثالثة، دار هومة ، الجزائر، 2006.
- 3- أحمد أبو الروس ، موسوعة الشركات التجارية ، المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية ، 2002.
- 4- أحمد شوقي أبوخطوة ، شرح الأحكام العامة لقانون العقوبات، دار النهضة العربية ، القاهرة، 1999.
- 5- أحمد عبد الظاهر الطيب ، التشريعات الجنائية الخاصة ، الطبعة الأولى، المكتبة القانونية، القاهرة، 1986 .
- 6- أحمد عوض بلال ، النظرية العامة للجزاء ، الطبعة الثانية ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 1996.
- 7 - أحمد عوض بلال ، مبادئ قانون العقوبات المصري ، دار النهضة العربية، القاهرة ، 2006 .
- 8- أحمد فتحي سرور، الوسيط في قانون العقوبات ، القسم العام ، الطبعة الرابعة ، دار النهضة العربية، القاهرة ، 1985 .
- 9- أحمد محمد قائد مقبل ، المسؤولية الجنائية للشخص المعنوي ، دراسة مقارنة ، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2005 .
- 10- أحمد محمد محرز، القانون التجاري ، الطبعة الثانية ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2003 .

- 11- أحمد محمد محمود خلف ، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة، دراسة مقارنة ، الطبعة الأولى ، المكتبة العصرية ، القاهرة ، 2008 .
- 12- أحمد محمود حسني ، قضاء النقض التجاري، منشأة المعارف ، الإسكندرية ، 2000 .
- 13- أحمد يحي موافي ، الشخص المعنوي ومسؤولياته إداريا وجنائيا، منشأة المعارف، الإسكندرية ، بدون سنة نشر .
- 14- أسامة عبد الله قايد ، الأحكام العامة للنظام الجنائي، النظرية العامة للجريمة، دار النهضة العربية، القاهرة ، 1997 .
- 15- أسامة نائل المحيسن، الوجيز في الشركات التجارية والإفلاس، الطبعة الأولى ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ،الأردن، 2009 .
- 16- أسحق إبراهيم منصور، موجز في علم الإجرام وعلم العقاب، الطبعة الثانية ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 1991 .
- 17- أكثم الخولي ، القانون التجاري اللبناني المقارن، الطبعة الثانية، بيروت، دار النهضة العربية ، 1967 .
- 18- أكرم عبد الرزاق المشهداني ، نشأت بهجت البكري ، موسوعة علم الجريمة والبحث الإحصائي الجنائي في القضاء والشرطة والسجون ، الطبعة الأولى ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ،عمان، 2009 .
- 19- أمين مصطفى محمد، المسؤولية الجزائية والجزاء الجنائي في القانونين المصري والكويتي ، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 2013 .
- 20- أمين مصطفى محمد، النظرية العامة لقانون العقوبات الإداري (ظاهرة الحد من العقاب) ، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 2010 .
- 21- أمين مصطفى، قانون العقوبات، القسم العام ، دار المطبوعات الجامعية ،الإسكندرية ، 2013.
- 22- إبراهيم الشاسي، الوجيز في شرح قانون العقوبات الجزائري ، القسم العام ، دار الكتاب اللبناني، لبنان، 1981 .
- 23 - إبراهيم علي صالح ، المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية، دار المعارف، القاهرة ، 1980.
- 24- إبراهيم محمد الغاز، السياسة التجارية ومدى أهميتها في مواجهة التغيرات الاقتصادية الدولية، دار النهضة العربية، القاهرة ، 1997 .
- 25- إبراهيم سيد أحمد ، راندا محمد جادو، الشركات التجارية فقها وقضاء ، الطبعة الأولى ، المركز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة ، 2009 .
- 26- إدوارد غالي الذهبي ، الجرائم المخلة بالثقة العامة في قانون العقوبات الليبي ، الطبعة الأولى ، المكتبة الوطنية، ليبيا ، 1972 .

- 27- إلياس ناصيف ، الكامل في قانون التجارة، المؤسسة التجارية، الطبعة الثانية، منشورات البحر المتوسط وعويدات ، بيروت ، 1985 .
- 28- إلياس ناصيف ، الكامل في قانون التجارة ، الشركات التجارية، عويدات للنشر، لبنان ،1999.
- 29- السعيد مصطفى السعيد، الأحكام العامة في قانون العقوبات، دار المعارف، القاهرة ، 1962 .
- 30- المعتصم بالله الغرياني، القانون التجاري، النظرية العامة للحرفة التجارية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية ، 2009 .
- 31- باسم محمد ملحم ، بسام حمد الطراونة ، شرح القانون التجاري ، الشركات التجارية ، الطبعة الأولى ، دار المسيرة ، عمان ، 2012 .
- 32- بريك الطاهر، فلسفة النظام العقابي في الجزائر وحقوق السجين، على ضوء القواعد الدولية والتشريع الجزائري والنصوص التنظيمية المتخذة لتطبيقه ، دار الهدى ، الجزائر، 2009 .
- 33- بن شيخ لحسن ، مبادئ القانون الجزائي العام ، دار هومة ، الجزائر، 2000 .
- 34- توفيق حسن فرج ، مدخل العلوم القانونية ، النظرية العامة للحق ، الطبعة الأولى ، مؤسسة الثقافة الجامعية ، الإسكندرية ، 1978 .
- 35- ثروت علي عبد الرحيم ، شرح القانون التجاري المصري الجديد، الطبعة الثالثة ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2000 .
- 36- جعفر الفضلي، الوجيز في العقود المدنية ، دار الكتاب للطباعة والنشر، العراق، 1989 .
- 37- جعفر مشيمش، جريمة التزوير، دراسة مقارنة ، الطبعة الأولى، منشورات زين الحقوقية ، لبنان، 2009.
- 38- جلال ثروت ، قانون العقوبات المصري ، القسم العام، دار الجامعة، الإسكندرية ، 1984 .
- 39- جلال ثروت، نظم القسم العام في قانون العقوبات، نظرية المجرم والجزاء، المسؤولية الجنائية والجزاء الجنائي، مكتبة ومطبعة الإشعاع ،الإسكندرية ، 1994 .
- 40- جلال ثروت، نظم القسم العام في قانون العقوبات ، نظرية الجريمة ، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية ، 2010 .
- 41- جندي عبد الملك ، الموسوعة الجنائية ، بدون بلد النشر، مطبعة الاعتماد ، 1942 .
- 42- جيلالي بغدادي، الاجتهاد القضائي في المواد الجزائية، المؤسسة الوطنية للاتصال والنشر والإشهار، الجزائر، 1996 .
- 43- حسام عبد المجيد يوسف جادو، المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية ،"دراسة مقارنة" ، الطبعة الأولى ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، 2012 .

- 44- حسن صادق المرصفاوي، المرصفاوي في قانون العقوبات، منشأة المعارف، الإسكندرية، 1978.
- 45- حسن محمد ربيع ، شرح قانون العقوبات المصري ، القسم العام ، المبادئ العامة للجريمة، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 1996 .
- 46- حسني الجندي، الوجيز في قانون العقوبات، النظرية العامة للجريمة ، أكاديمية العلوم الشرعية، الشارقة ، 2009 .
- 47- حسني المصري، القانون التجاري ، الطبعة الأولى ، دار وهدان للنشر، القاهرة ، 1986 .
- 48- حسنين عبيد ، النظرية العامة للظروف المخففة ، دراسة مقارنة ، دار النهضة العربية ، القاهرة، بدون سنة نشر .
- 49- خالد إبراهيم التلاحمة ، الوجيز في القانون التجاري، الطبعة الثالثة، دار وائل للنشر والتوزيع ، عمان ، 2012 .
- 50- خليل فيكتور تادرس ، الوجيز في القانون التجاري ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2006 .
- 51- رعد الصرن ، أساسيات التجارة الدولية المعاصرة، مدخل تنظيمي تكاملي تحليلي، Fundamentals of modern international trade an organizational , integrated , and analytical approach ، الطبعة الأولى ، دار الرضا للنشر، سوريا ، شباط 2001 .
- 52- رمسيس بهنام ، الجريمة والمجرم والجزاء ، منشأة المعارف ، الإسكندرية ، 1973 .
- 53- رمسيس بهنام ، النظرية العامة للقانون الجنائي ، طبعة ثالثة ، منشأة المعارف ، الإسكندرية ، 1997 .
- 54- رمضان أبو السعود ، شرح مقدمة القانون المدني، النظرية العامة للحق، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية ، 1999 .
- 55- رؤوف عبيد ، جرائم التزيف والتزوير، الطبعة الخامسة، دار الوفاء ، الإسكندرية ، 2007 .
- 56- رياض فتح الله بصله ، حدود الإثبات العلمي في قضايا التزيف والتزوير، دراسة في المفاهيم والأساليب والإجراءات، دار نوبار للطباعة ، القاهرة ، 2001 .
- 57- زكي زكي الشعراوي، الوجيز في القانون التجاري، الطبعة الخامسة ، دار النهضة العربية، القاهرة، 1987.
- 58- زياد صبحي ذياب ، إفلاس الشركات في الفقه الإسلامي والقانون ، دراسة مقارنة ، الطبعة الأولى، دار النفائس ، الأردن ، 2011 .
- 59- زينب سالم، المسؤولية الجنائية عن الأعمال البنكية (دراسة مقارنة بين التشريع المصري والتشريع الجزائري)، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية ، 2010 .
- 60- سامي عبد الباقي أبو صالح ، قانون الأعمال، الطبعة الثانية، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2003 .

- 61- سليم صمودي، المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي، دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري والفرنسي، دار الهدى، الجزائر، 2006 .
- 62- سليمان بارش ، شرح قانون الإجراءات الجزائية ، دار الهدى ، الجزائر، دون سنة نشر .
- 63- سليمان عبد المنعم ، النظرية العامة لقانون العقوبات، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية ، 2000 .
- 64- سمير عالية ، شرح قانون العقوبات ، القسم العام ، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت ، 1998 .
- 65- سهير لظفي ، ندوة الجرائم الاقتصادية المستحدثة، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية قسم بحوث الجريمة، القاهرة ، 1994 .
- 66- شريف سيد كامل، المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية، دراسة مقارنة ، الطبعة 1 ، دار النهضة العربية، القاهرة ، 1997 .
- 67- شريف سيد كامل ، تعليق على قانون العقوبات الفرنسي الجديد الصادر سنة 1992 والمعمول به منذ أول مارس 1994 ، القسم العام ، الطبعة الأولى ، دار النهضة العربية ، القاهرة، 1998 .
- 68- شريف الطباخ ، الدفوع في جرائم الغش والتدليس والجرائم التموينية في ضوء القضاء والفقہ ، المركز القومي للإصدارات القانونية ، القاهرة ، 2005 .
- 69- صلاح الدين نامق ، سياسات التجارة الخارجية ، مكتبة عين شمس ، القاهرة ، 1978 .
- 70- عادل علي المقدادي ، القانون التجاري ، الطبعة الأولى ، دار الثقافة ، الأردن ، 2007 .
- 71- عبد الحكم فودة ، جرائم التزييف والتزوير، مقارنا بالتشريعات العربية ، في ضوء مختلف الآراء وأحكام محكمة النقض ، الطبعة الأولى، دار الفكر والقانون ، المنصورة ، 2008 .
- 72- عبد الرحمن خلفي ، محاضرات في القانون الجنائي العام ، دار الهدى ، الجزائر، 2010 .
- 73- عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني ، حق الملكية مع شرح مفصل للأشياء والأموال وقانون حماية حقوق الملكية الفكرية ، تنقيح المستشار أحمد مدحت المراغي، منشأة المعارف، الإسكندرية ، 2004 .
- 74- عبد الرؤوف عبيد، شرح قانون العقوبات التكميلي ، طبعة 5، دار الفكر العربي، القاهرة، 1979.
- 75- عبد الرؤوف مهدي ، شرح القواعد العامة لقانون العقوبات ، الطبعة الأولى ، دار النهضة العربية، القاهرة ، 2007 .
- 76- عبد الفتاح بيومي حجازي ، التزوير في جرائم الكمبيوتر والإنترنت، دار الكتب القانونية ، مصر، 2008 .
- 77- عبد الفتاح بيومي حجازي، الجرائم المستحدثة في نطاق تكنولوجيا الاتصالات الحديثة ، المركز القومي للإصدارات القانونية ، القاهرة ، 2011 .

- 78- **عبد الفتاح مصطفى الصيفي** ، قانون العقوبات ، جرائم الاعتداء على الأموال ، منشأة المعارف ، الإسكندرية ، 1967 .
- 79- **عبد الفتاح مصطفى الصيفي**، الأحكام العامة للنظام الجزائي، الطبعة الأولى، جامعة الملك سعود، الرياض، 1995 .
- 80- **عبد الفضيل محمد أحمد**، الإعلان عن المنتجات والخدمات من الوجهة القانونية ، مكتبة الجلاء الجديدة ، المنصورة ، 1991.
- 81- **عبد القادر عدو**، مبادئ قانون العقوبات الجزائري، القسم العام ، نظرية الجريمة – نظرية الجراء الجنائي ، دار هومة ، الجزائر، 2010 .
- 82- **عبد القادر عزت** ، الشركات التجارية ، دار الكتب القانونية ، مصر، 1997 .
- 83- **عبد القادر عزت** ، القانون التجاري، النسر الذهبي ، القاهرة ، 1997 .
- 84- **عبد القادر عزت**، جرائم التزييف والتزوير، الطبعة الثالثة ، دار أسامة الخولي للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 2002 .
- 85- **عبد الله سليمان** ، شرح قانون العقوبات الجزائري ، القسم العام ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 1995 .
- **عبد الله سليمان**، شرح قانون العقوبات الجزائري ، القسم العام ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998 .
- **عبد الله سليمان**، شرح قانون العقوبات الجزائري، القسم العام، الجريمة، الطبعة السادسة ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005 .
- **عبد الله سليمان** ، شرح قانون العقوبات الجزائري، القسم العام، الجراء الجنائي، الطبعة السادسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008 .
- 86- **عبد المعين لطفي جمعة**، موسوعة القضاء في المواد التجارية، دار الكتاب العربي للطباعة والنشر، القاهرة ، 1967 .
- 87- **عبد المنعم فرج الصدة**، الحقوق العينية الأصلية، دار النهضة العربية ، بيروت ، 1982 .
- 88- **عزيز المكيلي** ، الوسيط في الشركات التجارية ، دراسة فقهية قضائية مقارنة في الأحكام العامة والخاصة ، الطبعة الأولى ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان، 2008 .
- 89- **علي البارودي**، القانون التجاري ،(القطاع العام – المنشأة التجارية وفقا لقانون 97 لسنة 1983) ، منشأة المعارف، الإسكندرية ، 1986 .
- 90- **علي العريف** ، شرح القانون التجاري المصري ، الطبعة الثانية، مطبعة أحمد مخيمر، القاهرة ، 1959 .

- 91- علي جمال الدين عوض ، القانون التجاري ، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة ، 1983.
- 92- علي عبد القادر القهوجي ، قانون العقوبات ،القسم العام، الدار الجامعية، بيروت ، 1994.
- 93- علي عبد القادر القهوجي ، علم الإجرام وعلم العقاب، مطابع السعدني، الإسكندرية ، 2009 .
- 94- علي عبد القادر القهوجي، شرح قانون العقوبات، القسم العام ، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية ، 2010.
- 95- علي عبد القادر القهوجي وفتوح عبد الله الشاذلي ، شرح قانون العقوبات ،القسم العام ، النظرية العامة للجريمة ، المسؤولية والجزاء الجنائي ، مطابع السعدني، الإسكندرية ، 2004 .
- 96- علي محمد الصغير، قانون العقوبات الخاص ، الطبعة الأولى ، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع ، بيروت ، 1987 .
- 97- علي محمد جعفر، فلسفة العقاب والتصدي للجريمة ، الطبعة الأولى، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع ، بيروت ، 2006 .
- 98- علي يونس ، المحل التجاري ، الطبعة الأولى ، دار الفكر العربي ،القاهرة ، 1974 .
- 99- عمار بوضياف ، الوجيز في القانون الإداري ، دار الريحان ، الجزائر، 1999 .
- 100- عمار عموره، شرح القانون التجاري الجزائري، الأعمال التجارية ، التاجر ، الشركات التجارية، دار المعرفة، الجزائر، 2010 .
- 101- عمار عوابدي، القانون الإداري، النظام الإداري، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 2000.
- 102- عمر خوري ، شرح قانون العقوبات، القسم العام ، بن عكنون ، كلية الحقوق ، جامعة الجزائر، 2008/2007 .
- 103- عمر سالم، المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية وفقا لقانون العقوبات الفرنسي الجديد ، الطبعة الأولى ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 1995 .
- 104- عمرو محمد عابدين ، جرائم الغش في ظل القانون 48 لسنة 1941 المعدل بالقانون 10 لسنة 1966 و 281 لسنة 1994 و 12 لسنة 1966 و تعليمات مراقبة الأغذية ، منشأة المعارف، الإسكندرية ، 2005.
- 105- عوض محمد عوض ، سليمان عبد المنعم ، النظرية العامة للقانون الجزائري وفقا لأحكام قانون العقوبات في مصر ولبنان، الطبعة الأولى، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع ، بيروت ، 1999 .
- 106- فاروق أحمد زاهر، القانون التجاري المصري ، مقدمات في القانون التجاري ، نظرية الالتزامات التجارية ، التاجر، الأموال التجارية ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2005 .
- 107- فتحي الدريني ، حق الإبتكار في الفقه الإسلامي ، مؤسسة الرسالة ، بيروت ، 1978 .
- 108- فتوح عبد الله الشاذلي، شرح قانون العقوبات ، القسم الخاص، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية ، 2010 .

- 109- فتوح عبد الله الشاذلي، شرح قانون العقوبات، القسم العام ، المسؤولية والجزاء، الكتاب الثاني، دار الهدى للمطبوعات ، الإسكندرية ، 1997 .
- 110- فتوح عبد الله الشاذلي، المسؤولية الجنائية، دار المطبوعات الجامعية ، الإسكندرية ، 2006.
- 111- فتوح الشاذلي ، عفيفي كامل عفيفي ، جرائم الكمبيوتر وحقوق المؤلف والمصنفات الفنية ودور الشرطة والقانون، دراسة مقارنة ، الطبعة الثانية ، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت ، 2007.
- 112- فخري عبد الرزاق الحديثي ، قانون العقوبات، الجرائم الاقتصادية ، الطبعة الثانية، مطبعة التعليم العالي ، بغداد ، 1987 .
- 113- فرج علواني هليل ، جرائم التزييف والتزوير والظعن بالتزوير وإجراءاته، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية ، 2005 .
- 114- فرج صالح الهريش ، جرائم تلويث البيئة ، الطبعة الأولى، المؤسسة الفنية للطباعة والنشر، القاهرة ، 1998 .
- 115- فرحة زراوي صالح ، الكامل في القانون التجاري الجزائري - الحقوق الفكرية - ، نشر وتوزيع ابن خلدون ، وهران ، 2003 .
- 116- فوزية عبد الستار، شرح قانون العقوبات، القسم الخاص، جرائم الأموال، دار النهضة العربية، القاهرة، 1979 .
- 117- فوزية عبد الستار، شرح قانون العقوبات، القسم العام ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 1989.
- 118- فوزي عطوي ، الشركات التجارية في القوانين الوضعية والشريعة الإسلامية ، الطبعة الأولى ، منشورات الحلبي ، لبنان ، 2005 .
- 119- فوزي محمد سامي ، مبادئ القانون التجاري، " وفق المنهاج الجديد لجامعة البلقاء التطبيقية"، الطبعة الأولى ، دار المستقبل للنشر، الأردن ، 1999 .
- 120- كامل السعيد ، شرح الأحكام العامة في قانون العقوبات الأردني والقانون المقارن، دار الفكر، عمان ، 1998 .
- 121- كامل السعيد ، شرح الأحكام العامة في قانون العقوبات، دراسة مقارنة ، الطبعة الأولى، الدار العلمية الدولية ودار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، 2002 .
- 122- كامل السعيد، شرح قانون العقوبات ، الجرائم المضرّة بالمصلحة العامة ، دراسة تحليلية مقارنة، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2008 .
- 123- كمال محمد أبو سريع ، الشركات التجارية في القانون التجاري، شركات الأشخاص، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 1990 .

- 124- مأمون محمد سلامة ، قانون العقوبات ، القسم العام، الطبعة الثالثة، دار الفكر العربي ، القاهرة، 1990 .
- 125- مبروك بوخزينة ، المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي في التشريع الجزائري، مكتبة الوفاء القانونية، مصر، 2010 .
- 126- مجودة أحمد ، أزمة الوضوح في الإثم الجنائي في القانون الجزائري والقانون المقارن ، دار هومة ، الجزائر، 2000 .
- 127- محسن شفيق ، القانون التجاري المصري، دار الثقافة للنشر، القاهرة، 1949 .
- 128- محفوظ لعشب ، المنظمة العالمية للتجارة ، ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر، 2006-2007.
- 129- محمد أبو العلا العقيدة ، الاتجاهات الحديثة في قانون العقوبات الفرنسي الجديد ، دار الفكر العربي، لبنان، 1997 .
- 130- محمد أبو زهرة، الجريمة والعقوبة في الفقه الإسلامي - العقوبة - ، دار الفكر العربي ،القاهرة ، 1998.
- 131- محمد إبراهيم زيد ، مقدمة في علم الإجرام وعلم العقاب ، دار الهدى للمطبوعات،الإسكندرية، 2007 - 2008 .
- 132- محمد الجيلاني البدوي الأزهري ، قانون النشاط الاقتصادي، المبادئ والقواعد العامة ، الطبعة الأولى ، المركز القومي للبحوث والدراسات العلمية ، الجماهيرية العربية الليبية ، 1997 .
- 133- محمد السيد الفقي ، دروس في القانون التجاري الجديد، دار المطبوعات الجامعية ، الإسكندرية، 2000.
- 134- محمد الشافعي أبو راس ، الإدارة العامة ، مكتبة النصر، الزقازيق، 1990-1991 .
- 135- محمد الشافعي أبو راس ، الوسيط في القانون الإداري ، دراسة مقارنة ، الزقازيق ، مكتبة النصر، 1988.
- 136- محمد الفاضل ، المبادئ العامة في التشريع الجزائري، مطبعة الداودي ، دمشق، 1978 .
- 137- محمد بن براك الفوزان ، الأحكام العامة للشركات، دراسة مقارنة ، الطبعة الأولى ، مكتبة القانون والاقتصاد للنشر والتوزيع، الرياض، 2014 .
- 138- محمد بهجت عبد الله قايد، القانون التجاري، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة، 1991/1990 .
- 139- محمد حماد مرهج الهيتي ، الموسوعة الجنائية في البحث والتحقيق الجنائي ، أصول البحث والتحقيق الجنائي ، موضوعه أشخاصه والقواعد التي تحكمه ، دار الكتب القانونية ، مصر، 2008 .
- 140- محمد زكي أبو عامر، قانون العقوبات ، القسم العام ، الدار الجامعية ،بيروت ، 1992 .
- 141- محمد زكي أبو عامر، قانون العقوبات ، القسم الخاص ، الطبعة الخامسة ، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2005 .

- 142- محمد صبحي نجم ، قانون العقوبات ، النظرية العامة للجريمة ، القسم العام ، الطبعة الأولى، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان، 2000 .
- 143- محمد علي العريان ، الجرائم المعلوماتية، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية ، 2011 .
- 144- محمد علي الكيك ، السلطة التقديرية للقاضي الجنائي في تطبيق العقوبة وتشديدها وتحقيق ووقف تنفيذها، دار المطبوعات الجامعية ، الإسكندرية ، 2007 .
- 145- محمد فريد العريني، الشركات التجارية ، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية ، 2003 .
- 146- محمد فريد العريني ، القانون التجاري اللبناني، طبعة 2، الدار الجامعية ، لبنان، 1985 .
- 147- محمد فريد العريني ، محمد السيد الفقي، القانون التجاري ، منشورات الحلبي الحقوقية ، لبنان ، 2002.
- 148- محمد كمال الدين إمام ، المسؤولية الجنائية أساسها وتطورها ، دراسة مقارنة في القانون الوضعي والشريعة الإسلامية ، الطبعة الثانية ، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، بيروت، 1991.
- 149- محمد مصطفى الفقلي ، في المسؤولية الجنائية، مطبعة جامعة فؤاد الأول ، القاهرة، 1984 .
- 150- محمود داود يعقوب، المسؤولية في القانون الجنائي الاقتصادي ، دراسة مقارنة بين القوانين العربية والقانون الفرنسي ، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي ، لبنان ، بدون سنة نشر .
- 151- محمود سليمان موسى، شرح قانون العقوبات الليبي، القسم العام ، منشأة المعارف ، الإسكندرية، 2002.
- 152- محمود سمير الشرفاوي، الشركات التجارية في القانون المصري، دار النهضة العربية ، القاهرة، 1986.
- 153- محمود سمير الشرفاوي، القانون التجاري ، دار النهضة العربية ، القاهرة، 1992 .
- 154- محمد محمود العمودي وأحمد عبد الرحيم عودة ، المسؤولية الجزائية للشركات التجارية ، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، عمان ، 2004 .
- 155- محمود نجيب حسني ، أسباب الإباحة في التشريعات العربية ، معهد الدراسات العالية ، القاهرة ، 1962 .
- 156- محمود نجيب حسني ، شرح قانون العقوبات ، القسم الخاص ، الجرائم المضرة بالمصلحة العامة، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 1972 .
- 157- محمود نجيب حسني ، شرح قانون العقوبات ، القسم العام، الطبعة السادسة ، دار النهضة ، القاهرة ، 1989 .
- 158- محمود نجيب حسني ، المساهمة الجنائية في التشريعات العربية ، الطبعة الثانية ، دار النهضة العربية، القاهرة ، 1992.
- 159- مدحت الدبيسي ، العقوبات التبعية والتكميلية في التشريعات الجنائية ، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية ، 2009 .
- 160- مصطفى إبراهيم الزلمي ، المسؤولية الجنائية في الشريعة الإسلامية، مطبعة أسعد، بغداد، 1982.

- 161- مصطفى العوجي ، المسؤولية الجنائية في المؤسسة الاقتصادية ، الطبعة الأولى ، مؤسسة نوفل، بيروت ، 1982 .
- 162- مصطفى كمال طه ، القانون التجاري، منشأة المعارف ، الإسكندرية ، 1966 .
- 163- مصطفى كمال طه ، الشركات التجارية ، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية ، 1998 .
- 164- مصطفى كمال طه ، وائل أنور بندق، أصول القانون التجاري (الأعمال التجارية -التجار- الشركات التجارية - المحل التجاري -الملكية الصناعية) ، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية ،2007.
- 165- مصطفى مجدي هرجة ، التعليق على قانون العقوبات في ضوء الفقه والقانون ، القسم الخاص، الطبعة الأولى ، منشأة المعارف ، الإسكندرية ، 1988 .
- 166- معز أحمد محمد الحيارى ،الركن المادي للجريمة ، الطبعة الأولى ، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان ، 2010 .
- 167- معوض عبد التواب ، شرح قوانين التموين وأمن الدولة ، طبعة 5، منشأة المعارف ، الإسكندرية، 1987.
- 168- ممدوح محمد خيرى هاشم المسلمي ، الحماية المدنية من الإعلانات التجارية الخادعة ، دراسة مقارنة ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 1998 .
- 169-منصور رحمانى، الوجيز في القانون الجنائي العام، فقه، قضايا، دار العلوم للنشر والتوزيع، بدون مكان نشر، 2006 .
- 170- منصور عمر المعاينة، الأدلة الجنائية والتحقيق الجنائي لرجال القضاء والإدعاء العام والمحامين وأفراد الضابطة العدلية ، الطبعة الأولى ، دار الثقافة ،عمان ، 2009 .
- 171- محمد السيد البدوي الدسوقي ، الترويج والإعلان، مركز الإسكندرية للكتاب ،الإسكندرية، 2008.
- 172- محمد عيد الغريب ، شرح قانون العقوبات ، القسم العام ، النظرية العامة للجريمة ، مطبعة أبناء وهبة حسان ، القاهرة ، 1994 .
- 173-نادية فوضيل ، شركات الأموال في القانون الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2003 .
- 174- نادية معوض، الشركات التجارية ، دار النهضة العربية ،القاهرة ، 2001 .
- 175-نادية معوض، القانون التجاري وفقا لقانون التجارة الجديد، دار النهضة العربية، القاهرة، 2000.
- 176- نظام توفيق المجالي ، شرح قانون العقوبات ، القسم العام ، دراسة تحليلية في النظرية العامة للجريمة والمسؤولية الجزائية ، الطبعة الأولى ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ،الأردن، 2005 .
- 177- هاني دويدار، مقدمات القانون التجاري، دار المطبوعات الجامعية ،الإسكندرية ، 1994 .
- 178- هاني دويدار ، القانون التجاري ، التنظيم القانوني للتجارة، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية، 2004.
- هاني دويدار، القانون التجاري ، الطبعة الأولى ، منشورات الحلبي الحقوقية ، لبنان ، 2008 .

- 179- هدى حامد قشقوش، الإعلانات غير المشروعة Les publicités illégales في نطاق القانون الجنائي، دار النهضة العربية، القاهرة، 1998 .
- 180- يوسف الأبيض، بحوث التزييف والتزوير بين الحقيقة والقانون، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 2006 .
- 181- يونس عرب، موسوعة القانون وتقنية المعلومات، قانون الكمبيوتر، الكتاب الأول، الطبعة الأولى، منشورات اتحاد المصارف العربية، بيروت، 2001 .
- 182- يوسف حميد معوض، الموجز في قانون الشركات التجارية، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2012 .

ب- المراجع الخاصة :

- 1- آمنة صامت، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية، دراسة مقارنة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2011 .
- 2- أبو العلا علي أبو العلا النمر، الحماية الوطنية للملكية الفكرية في ظل اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية جات 1994، دار النهضة العربية، القاهرة، بدون سنة نشر.
- 3- أسامة نائل المحيسن، الوجيز في حقوق الملكية الفكرية، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2011 .
- 4- أنور طلبة، حماية حقوق الملكية الفكرية، حماية حقوق الملكية الفكرية، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، 2006 .
- 5- أنور محمد صدقي المساعدة، المسؤولية الجزائية عن الجرائم الاقتصادية، دار الثقافة، الأردن، 2006 .
- 6- إتحاد غرف التجارة والصناعة في دولة الإمارات العربية المتحدة، الحماية القانونية للملكية الفكرية بدولة الإمارات العربية المتحدة، سلسلة مطبوعات اتحاد الغرف، الإمارات العربية المتحدة، 1996 .
- 7- الجيلالي عجة، الوجيز في قانون الملكية الفكرية، دار الخلدونية، الجزائر، 2006 .
- 8- الجيلالي عجة، مدخل إلى حقوق الملكية الفكرية طبقاً للقوانين الجزائرية، دار الخلدونية، الجزائر، بدون سنة نشر.
- 9- السيد عبد الوهاب عرفة، الموسوعة العلمية في حماية حقوق الملكية الفكرية (ق 82/2002 ولائحته التنفيذية)، المكتب الفني للموسوعات القانونية، الإسكندرية، بدون سنة نشر .

- 10- الطيب زروتي ، القانون الدولي للملكية الفكرية ، تحاليل ووثائق ، الطبعة الأولى ، مطبعة الكاهنة، الجزائر، 2004 .
- 11- بلال عبد المطلب بدوي ، تطور الآليات الدولية لحماية حقوق الملكية الصناعية ، دراسة في ضوء اتفاقية التريس والاتفاقية السابقة عليها "، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2006 .
- 12- جلال وفاء محمدين ، الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية ، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2000 .
- 13- جمال محمود الحموي و أحمد عبد الرحيم عودة ، المسؤولية الجزائية للشركات التجارية ، دراسة تحليلية مقارنة ، الطبعة الأولى ، دار وائل للنشر، الأردن ، 2004 .
- 14- جمال محمود عبد العزيز، نحو قانون موحد للعلامات التجارية لدول مجلس التعاون الخليجي وفقا للاتفاقيات الدولية وقوانين العلامات التجارية الخليجية، الطبعة الثانية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2008 .
- 15- حسام الدين عبد الغني الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، دار الكتب القومية ، القاهرة ، 1993 .
- 16- حسني الجندي ، قانون قمع الغش والتدليس في دولة الإمارات العربية المتحدة معلقا بأقوال الفقه وأحكام القضاء ، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 1986 .
- 17- حسين توفيق فيض الله ، اتفاقيات (GATT/ WTOF) وعولمة الملكية الفكرية ، مطبعة جامعة صلاح الدين، العراق، 1999 .
- 18- حميد محمد علي اللهيبي، الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية في إطار منظمة التجارة العالمية، الطبعة الأولى، المركز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة، 2011 .
- 19- خالد ممدوح إبراهيم، جرائم التعدي على حقوق الملكية الفكرية، الطبعة الأولى، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، 2010 .
- 20- دائرة القضاء ،الاتفاقيات الدولية بشأن الملكية الفكرية ، سلسلة الاتفاقيات الدولية ، الطبعة الأولى، حقوق النشر محفوظة لدائرة القضاء، أبو ظبي، 2012 .
- 21- رجائي الدقي، مختار سعد، العلامات التجارية ودورها في حماية المنتج والمستهلك، مطبعة الإسكندرية ، الإسكندرية، 2000 .
- 22- رجب محمود طاجن، حقوق الملكية الفكرية للأشخاص المعنوية العامة ، دراسة مقارنة ، الطبعة الثانية ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2008 .

- 23- زكي زكي حسين زيدان ، حقوق الملكية الفكرية ووسائل حمايتها في الفقه الإسلامي والقوانين الوضعية ، دار الكتاب القانوني، بدون بلد نشر، 2009 .
- 24- سائد أحمد الخولي ، حقوق الملكية الصناعية، الطبعة الأولى، دار مجدلاوي، الأردن، 2004.
- 25- سعيد بن عبد الله بن حمود المعشري ، حقوق الملكية الصناعية ، دراسة فقهية مقارنة في ظل ما أخذ به التشريع العماني ، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية ، 2010 .
- 26- سميحة القليوبي ، الملكية الصناعية ، الطبعة الرابعة، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2003 .
- سميحة القليوبي، الملكية الصناعية ، الطبعة الخامسة ، دار النهضة، القاهرة ، 2005 .
- سميحة القليوبي ، الملكية الصناعية، الطبعة السابعة ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2008 .
- 27- سميحة القليوبي، الوجيز في التشريعات الصناعية، دار الإتحاد العربي للطباعة، القاهرة ، بدون سنة نشر.
- 28- سمير جميل حسين الفتلاوي ، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1988 .
- 29- سوسن سعيد شندي ، جرائم الغش التجاري ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2010 .
- 30- شريف محمد غنام ، حماية العلامات التجارية عبر الإنترنت في علاقتها بالعنوان الإلكتروني Domain name ، دار النهضة العربية، القاهرة ، 2003 .
- 31- شحاته غريب شلقامي ، الملكية الفكرية في القوانين العربية ، دراسة لحقوق المؤلف والحقوق المجاورة ولخصوصية حماية برامج الحاسب الآلي، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية ، 2008 .
- 32- صلاح الدين سلمان الأسمر، العلامة التجارية في القانونين الأردني والمصري ، مطبعة التوفيق، عمان ، 1986 .
- 33- صلاح زين الدين الناهي ، الملكية الصناعية والتجارية ، الطبعة الأولى، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2000 .
- 34- صلاح زين الدين الناهي ، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، 2009 .
- 35- عادل أمين ، الغش التجاري ، طبعة 1، مطبعة الانتصار، القاهرة ، 1996 .
- 36- عباس حلمي المنزلاوي ، الملكية الصناعية ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 1983 .
- 37- عبد الحكم فودة ، جرائم الغش التجاري والصناعي ، منشأة المعارف ، الإسكندرية ، 1996 .
- 38- عبد الرحمن السيد قرمان ، الإتجاهات الحديثة في حماية العلامة التجارية المشهورة ، دراسة مقارنة، الطبعة الثانية ، دار النهضة العربية، القاهرة ، 2008 .

- 39- عبد الفتاح بيومي حجازي، حقوق الملكية الفكرية وحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، دار الكتب القانونية ، مصر، 2008 .
- 40- عبد الله عبد الكريم عبد الله ، الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية على شبكة الإنترنت ، دراسة في الأطر القانونية للحماية مع شرح النظام القانوني للملكية الفكرية في التشريعات المصرية والأردنية والأوروبية والأمريكية ومعاهدتي الإنترنت ، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية ، 2008 .
- 41- عز الدين مرزا ناصر العباسي ، الاسم التجاري ، دراسة مقارنة، الطبعة الثانية، دار الحامد للنشر، الأردن ، 2007 .
- 42- عصام أحمد البهجي ، حقوق الملكية الفكرية للأصناف النباتية المعدلة وراثيا ، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية ، 2007 .
- 43- علي إبراهيم ، منظمة التجارة العالمية جولة أرجواي وتقنين نهب العالم الثالث، دار النهضة العربية، القاهرة ، 1997 .
- 44- علي عدنان الفيل، الإجرام الإلكتروني، دراسة مقارنة ، الطبعة الأولى ، منشورات زين الحقوقية، بيروت ، 2011 .
- 45- عمر محمد بن يونس ، الاتهام في جرائم الملكية الفكرية في القانون الأمريكي ، العدوان التقليدي والعدوان باستخدام الحاسوب والإنترنت ، ترجمة وعرض للمرشد الفيدرالي الأمريكي للاتهام في جرائم الملكية الفكرية، الطبعة الأولى ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2005 .
- 46- غسان رياح ، الوجيز في قضايا حماية الملكية الفكرية والفنية ، مع دراسة مقارنة حول جرائم المعلوماتية ، الطبعة الأولى ، منشورات الحلبي، لبنان ، 2008 .
- 47- عبد الحميد المنشاوي ، حماية الملكية الفكرية ، حقوق المؤلف والحقوق المجاورة وأحكام الرقابة على المصنفات الفنية ، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية ، 2010 .
- 48- فاطمة زكريا محمد عبد الرزاق ، حماية حقوق الملكية الفكرية في التعليم الجامعي، منشأة المعارف، الإسكندرية ، 2008 .
- 49- كارلوس م. كوريا، ترجمة السيد أحمد عبد الخالق ، حقوق الملكية الفكرية ، منظمة التجارة العالمية والدول النامية ، اتفاق التريس وخيارات السياسة ، دار المريخ للنشر، الرياض ، 2002 .
- 50- كمال سعدي مصطفى ، الملكية الفكرية ، حق الملكية الأدبية والفنية ، الطبعة الأولى ، دار دجلة، الأردن ، 2009 .
- 51- كوثر مازوني ، الشبكة الرقمية وعلاقتها بالملكية الفكرية ، دار هومة ، الجزائر ، 2008 .

- 52- محمد حزيط ، المسؤولية الجزائية للشركات التجارية في القانون الجزائري والقانون المقارن ، طبعة 2 ، دار هومة ، الجزائر ، 2014 .
- 53- محمد حسام محمود لطفي ، حقوق الملكية الفكرية المفاهيم الأساسية (دراسة لأحكام القانون رقم 82 لسنة 2002) ، النسر الذهبي للطباعة والنشر، القاهرة ، 2002 .
- 54- محمد حسان عبد المجيد الحداد، الآليات الدولية لحماية حقوق الملكية الصناعية وأثرها الاقتصادي ، دراسة مقارنة بالشرعية الإسلامية، دار الكتب القانونية ، مصر ، 2011 .
- 55- محمد حسني عباس ، الملكية الصناعية والمحل التجاري، دار النهضة العربية، القاهرة ، 1971.
- 56- محمد حسنين ، الوجيز في الملكية الفكرية ، المؤسسة الوطنية للكتاب ، الجزائر ، 1985 .
- 57- محمد شهاب ، اتفاقيات ومعاهدات حقوق الملكية الفكرية الصادرة عن المنظمة العالمية لحقوق الملكية الفكرية " الويبو " WIPO " ، مكتبة الوفاء القانونية ،الإسكندرية ، 2011 .
- 58- محمد طارق عبد الرؤوف الخن، جريمة الاحتيال عبر الإنترنت ، الأحكام الموضوعية والأحكام الإجرائية ، الطبعة الأولى ، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت ، 2011 .
- 59- محمد عبد الرحيم الناغي ، الحماية الجنائية للرسوم والنماذج الصناعية ، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2009 .
- 60- محمد علي سكيكر، الوجيز في جرائم قمع التدليس والغش وحماية المستهلك (في ضوء التشريع والفقهاء والقضاء)، الطبعة الأولى، دار الجامعيين للطباعة والتجليد، بدون بلد نشر، 2008 .
- 61- محمد علي سكيكر، شرح قانون حماية المستهلك ، دار الجامعيين للطباعة والتجليد ، الإسكندرية، 2007 .
- 62- محمد مصطفى عبد الصادق ،الحماية القانونية للعلامات التجارية إقليميا ودوليا ، دراسة مقارنة، دار الفكر والقانون ، المنصورة ، 2011 .
- 63- محمد ممتاز، دليلك القانوني إلى حقوق الملكية الفكرية، الطبعة الأولى، دار الفاروق للاستثمارات الثقافية ، القاهرة ، 2006 .
- 64- محمد منصور أحمد ،جريمة الغش التجاري في العلامات التجارية، دار الرياض للطبع والنشر، القاهرة، أول يوليو 1955 .
- 65- مرفت عبد المنعم صادق ، الحماية الجنائية للمستهلك ، النسر الذهبي ، القاهرة، 1999 .
- 66- مصطفى محمد موسى ، التحقيق الجنائي في الجرائم الإلكترونية ، الطبعة الأولى، مطابع الشرطة، القاهرة، 2008 .

- 67- معوض عبد التواب ، الوسيط في جرائم الغش والتدليس وتقليد العلامة التجارية من الناحيتين الجنائية والمدنية ، الطبعة السادسة ، عالم الفكر والقانون للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 2002 .
- 68- منير الجنيهي وممدوح محمد الجنيهي، العلامات والأسماء التجارية، الإسكندرية ، دار الفكر الجامعي، 2000 .
- 69- ناصر جلال ، حقوق الملكية الفكرية وآثارها على اقتصاديات الثقافة والاتصال والإعلام ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة ، 2005 .
- 70- ناصر عبد الحليم السلامة ، الحماية الجزائية للعلامات التجارية ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2008 .
- 71- ناصر عبد الحافظ محمد، الجرائم الذهنية في قانون حماية الملكية الفكرية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2012 .
- 72- نبيل أحمد صبيح ، حماية العلامات التجارية والصناعية في ظل التشريع المصري وفي ظل اتفاقية الجات ، دار النهضة العربية ، القاهرة، 1999 .
- 73- نصيف محمد حسين ، النظرية العامة في الحماية الجنائية للمستهلك ، دار النهضة العربية، القاهرة، 1998 .
- 74- نعيمة علوش، العلامات في مجال المنافسة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية ، 2013 .
- 75- نعيم مغيب ، الماركات التجارية والصناعية ، دراسة في القانون المقارن ، الطبعة الأولى، بدون دار النشر، بدون بلد نشر، 2005 .
- 76- نوري حمد خاطر ، شرح قواعد الملكية الفكرية ، الملكية الصناعية ، دراسة مقارنة بين القانون الأردني والإماراتي والفرنسي ، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر،الأردن، 2005 .
- 77- هالة مقداد أحمد الجليلي، العلامة التجارية، الطبعة الرابعة ، المكتبة القانونية ، دمشق ، 2004 .
- 78- وائل أنور بندق ، موسوعة الملكية الفكرية ، الاتفاقيات الدولية وقوانين الدول العربية ، حماية الملكية الفكرية في الاتفاقيات الدولية ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، بدون سنة نشر .
- 79- وائل محمد رفعت،التسجيل الدولي للعلامات التجارية ، الطبعة الأولى، مكتبة القانون والاقتصاد، الرياض ، 2015 .
- 80- وزارة الخارجية ، جمهورية مصر العربية وحماية حقوق الملكية الفكرية ، الطبعة الأولى ، مكتبة الآداب ، القاهرة ، 2006 .
- 81- وهيبه لعوارم بن أحمد ، جريمة تقليد العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري ، الطبعة الأولى، مكتبة الوفاء القانونية، مصر، 2015 .

ثانيا- الرسائل والمذكرات :

أ - الرسائل :

- 1- خالد محمد كدفور المهيري ، الحماية القانونية للملكية الصناعية ، حماية العلامات التجارية في دولة الإمارات العربية المتحدة في ضوء الاتفاقيات الدولية وأحكام القضاء، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، الإسكندرية ، بدون سنة نشر .
- 2- سعيد بن علي منصور الكريديس ، جرائم الشركات التجارية في قوانين دول مجلس التعاون الخليجي، رسالة دكتوراه، كلية الدراسات العليا، قسم العدالة الجنائية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2009 .
- 3- شحاته اسماعيل أحمد سالم ، النظرية العامة لتجريم الغش ، رسالة دكتوراه ، كلية الحقوق ، جامعة القاهرة ، 2002 .
- 4- عبد الله محمد سليمان الغويري ، العلامات المشهورة وحمايتها ضمن اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية " TRIPS " وقانون العلامات التجارية الأردني ، رسالة دكتوراه ، جامعة القاهرة ، 2005-2006 .
- 5- محمد حسن الكندري ، المسؤولية الجزائية عن التلوث البيئي ، رسالة دكتوراه في الحقوق ، كلية الحقوق ، جامعة عين شمس ، 2005 .
- 6- محمد عبد الرحمن الشمري ، حماية العلامة التجارية في ضوء اتفاقية الجوانب المتعلقة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (التريس) ، رسالة الدكتوراه ، جامعة القاهرة ، 2004 .
- 7- محمد كامل رمضان، الامتناع عن المساعدة في التشريع الجنائي المصري والمقارن، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق ، جامعة عين شمس ، 1988 .
- 8- محمود هشام محمد رياض ، المسؤولية الجنائية للشخص المعنوي، دراسة مقارنة ، رسالة دكتوراه ، كلية الحقوق ، جامعة القاهرة ، 2000 .
- 9-ميلود سلامي ، النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية ، أطروحة دكتوراه في العلوم القانونية ، تخصص قانون خاص ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة الحاج لخضر، باتنة ، 2011/ 2012 .
- 10- وليد كحول ، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري ، أطروحة دكتوراه ، تخصص قانون أعمال ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة ، 2014/2015 .
- 11- ويزة بلعسلي ، المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي عن الجريمة الاقتصادية، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 14 ماي 2014 .

ب- المذكرات :

- 1- أبو بكر متولي، الاتجاهات المعاصرة في سياسات التجارة الدولية، مذكرة رقم 1319 ،معهد التخطيط القومي ، القاهرة ، مارس 1982 .
- 2-أسامة عبد العزيز، نحو سياسة جنائية لحماية البيئة، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة الإسكندرية، 2005 .
- 3- تامر حيان قضاة ، الحق في العلامة التجارية في القانونين (المصري والأردني) ، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة ، القاهرة ، 2004 .
- 4- جاسم ناصر عبد العزيز ناصر المليغي، الحماية الجنائية للمستهلك، دراسة مقارنة بين مصر والكويت ، رسالة ماجستير، كلية الحقوق ، جامعة حلوان ، 2011 .
- 5- جمال وادي، العلامة والإنترنت، مذكرة ماجستير، تخصص ملكية فكرية ، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2003/2002 .
- 6- خالد محمد سعد الرشيد ، الحماية الجنائية للعلامات التجارية في النظام السعودي ، دراسة تطبيقية ، رسالة ماجستير، قسم العدالة الجنائية ، تخصص التشريع الجنائي الإسلامي، كلية الدراسات العليا، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، الرياض، 1424هـ -2003 م .
- 7-رامي يوسف محمد ناصر، المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي عن الجرائم الاقتصادية ، رسالة ماجستير في القانون العام ، كلية الدراسات العليا ، جامعة النجاح الوطنية ، فلسطين ، 2010 .
- 8- رياض فرحاتي، العقوبة في القانون الجنائي الاقتصادي، مذكرة لنيل شهادات الدراسات المعمقة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تونس، 1996-1997 .
- 9- صفية زادي، جرائم الشركات التجارية، رسالة ماجستير في القانون الخاص تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة محمد لمين دباغين ، سطيف 2 ، 2016/2015 .
- 10- عائشة بشوش، المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية، رسالة ماجستير، جامعة البليدة ، 2001-2002.
- 11-عربية بن عثمان ،خصوصية القواعد الموضوعية في القانون الجنائي الاقتصادي، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة تونس، المنار، 2006/ 2007 .
- 12- علي نايت أعمار، الملكية الفكرية في إطار التجارة الإلكترونية ، مذكرة ماجستير في القانون الدولي للأعمال ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو، 2014 .
- 13- عمار طهرات ، قضايا الملكية الفكرية المتعلقة بالتجارة وإشكالية انتهاكها بالجزائر، رسالة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم التجارية، جامعة مستغانم ، 2006/2007 .
- 14- فضل علي مثنى ، الآثار المحتملة لمنظمة التجارة العالمية على التجارة الخارجية والدول النامية، رسالة ماجستير، معهد البحوث والدراسات العربية ، جامعة الدول العربية ، القاهرة ، 2000 .

- 15- **لبنى بوجلل** ، موانع المسؤولية الجزائية في التشريع الجزائري ، رسالة ماجستير، تخصص علوم جنائية ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة الحاج لخضر، باتنة ، 2013/2012 .
- 16- **لقمان بامون**، المسؤولية الجنائية للشخص المعنوي عن جريمة تلويث البيئة، مذكرة ماجستير في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، 2010-2011 .
- 17- **محمد أحمد سلامة الشروش** ، المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية ، دراسة مقارنة ، رسالة ماجستير ، جامعة مؤتة ، 2006 .
- 18- **مطيع منصور كنعان** ، مسؤولية الشخص المعنوي في القانون الجزائي الاقتصادي، مذكرة الدراسات المعمقة في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تونس، المنارة ، تونس، 2000-2001 .
- 19- **منار نزار يوسف الملكاوي** ، الحماية القانونية للعلامة التجارية في ظل القانونين الأردني والمصري والاتفاقيات الدولية المعاصرة ، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة ، 2001 .
- 20- **نجيب پروال**، الأساس القانوني للمسؤولية الجزائية عن فعل الغير، رسالة ماجستير، تخصص علم الإجرام وعلم العقاب، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2013/2012 .
- 21- **ولد قادة مختار**، حماية العلامة التجارية في ظل القانون الجزائري واتفاقية الجوانب المتعلقة بالتجارة من الحقوق الملكية الفكرية " تريس " ، دراسة مقارنة، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة ، 2008 .

ثالثا - المقالات :

- 1- **آمنة صامت** ، الحماية الجزائية للعلامة التجارية من جريمة التقليد ، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العلوم الاقتصادية والقانونية ، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، العدد 13، جانفي 2015 ، ص 90 .
- 2- **آمنة صامت** ، جرائم الغش والتدليس في العلامات التجارية ، مجلة دراسات قانونية ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة أبو بكر بلقايد ، تلمسان ، العدد 12 ، سنة 2015 ، ص 167 .
- 3- **أحمد السعيد الزقرد** ، الحماية القانونية من الخداع الإعلاني في القانون الكويتي والمقارن ، مجلة الحقوق ، جامعة الكويت ، السنة 19 ، رجب 1416، ص 148 .
- 4- **أحمد فتحي بهنسي** ، المسؤولية الجنائية بين الشريعة الإسلامية والتشريعات الوضعية ، المجلة الجنائية القومية ، القاهرة ، العدد الأول ، 1976 ، ص 330 .
- 5- **أمين مصطفى محمد**، الحماية الجنائية لحقوق الملكية الصناعية في ضوء الاتفاقات الدولية والقوانين الوطنية، مجلة الحقوق للبحوث القانونية والاقتصادية ، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية ، العدد الثاني، 2005 ، ص 96 .

- 6- إبراهيم أحمد إبراهيم ، التجارة الإلكترونية والملكية الفكرية ، المحاماة ، العدد الأول، 2001 ، ص 595 .
- 7- إدوارد غالي بطرس ، المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية ، مجلة إدارة قضايا الدولة ، العدد الرابع ، 1958، ص 44 .
- 8- الأمن والحياة ، ندوة علمية لمكافحة الجرائم الاحتيالية ، الرياض ، جامعة نايف العربية ، العدد 262، السنة الثالثة والعشرون، ربيع الأول 1425 هـ (1 إبريل / مايو 2004 م)، ص 18 .
- 9- الجليلي عجة ، منازعات العلامات الصناعية والتجارية، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية، كلية الحقوق، الجزائر، العدد الأول، 2008 ، ص 08 .
- 10- السيد أحمد عبد الخالق ، الاقتصاد السياسي لحماية حقوق الملكية الفكرية في ظل اتفاق الترس مع التطبيق على نقل التكنولوجيا للدول النامية، الأمن والقانون، العدد الأول، السنة السادسة عشرة ، يناير 2008 ، ص 55 .
- 11- المستحدث من المبادئ التي قررتها الدوائر التجارية بمحكمة النقض في المواد التجارية والضرائب، المحاماة ، تصدرها نقابة المحامين ، جمهورية مصر العربية ، العدد الثالث ، 2003 ، ص 137 .
- 12- جلال وفاء محمدين، الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (ترس)، سلسلة رسائل البنك الصناعي ، بنك الكويت الصناعي ، العدد 59 ، ديسمبر 1999 ، ص 90 .
- 13- جمال محمود عبد العزيز ، نحو قانون موحد للعلامات لدول مجلس التعاون الخليجي ، مجلة الحقوق ، الكويت ، العدد 2، السنة 31 ، يونيو 2007، ص 187 .
- 14- حسينة شرون وعبد الحليم بن مشري ،المسؤولية الجنائية للشخص المعنوي في التشريع الجزائري، مجلة المنتدى القانونية ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة ، العدد الثاني ، جوان 2005 ، ص 15 .
- 15- حسين يوسف غنايم ، حماية العلامة التجارية ، مجلة الشريعة والقانون ، كلية القانون والشريعة، جامعة الإمارات العربية المتحدة ، العين ، العدد 9، 1995 ، ص 49 .
- 16- حمادي زويبير، تقليد العلامات في القانون الجزائري ، ازدواجية في التجريم والعقاب ، مجلة الأكاديمية للبحث القانوني ، جامعة عبد الرحمان ميرة ، بجاية ، العدد 1 ، 2010 ، ص 122 .
- 17 - حمد الله محمد حمد الله ، مختارات من كتاب المبادئ والتطبيقات للقانون التجاري وقانون الأعمال ، مجلة الدراسات القانونية ، كلية الحقوق ، جامعة أسبوط ، العدد الثاني والعشرون، 1999، ص13.
- 18- رضا متولي وهدان ، الخداع الإعلاني وأثره في معيار التدليس في القانون المدني وقانون حماية المستهلك والفقہ الإسلامي، دراسة مقارنة، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية ، كلية الحقوق ، جامعة المنصورة ، العدد الثالث والأربعون ، أبريل 2008 ، ص 233 .

- 19- رضوان عبيدات ، تزوير العلامات التجارية وموقف المشرع الأردني ، مجلة الدراسات ، جامعة الأردنية، العدد 26 ، 1999 ، ص 720 .
- 20- سعيدة راشدي ، حماية العلامات التجارية من جريمة التقليد في القانون الجزائري ، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني ، جامعة عبد الرحمان ميرة ، بجاية ، العدد 1 ، 2012 ، ص 221 .
- 21- صلاح سلمان زين الدين ، ترقيين العلامة التجارية في القانون الأردني ، مجلة الحقوق ، الكويت ، العدد الرابع، السنة الثالثة والثلاثون ، محرم 1431 هـ - ديسمبر 2009 م، ص 175 .
- 22- عبد الرحمان خلفي ، المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية عن جرائم تبييض الأموال (دراسة في التشريع الجزائري مع الإشارة إلى الفقه و التشريع المقارن) ، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني،كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة ، العدد الثاني ، 2011 ، ص 18 .
- 23-عبد الفضيل محمد أحمد ، جريمة الخداع التجاري في نظام مكافحة الغش التجاري السعودي ، مجلة الحقوق ، جامعة الكويت ، العدد 14 ، 18 ديسمبر 1994 ، ص 133 .
- 24- عبد الله الخربوش ، في اليوم العالمي للجمارك مدير عام الجمارك السعودية لـ (الأمن والحياة) ، الشراكة بين الجمارك وقطاع الأعمال أصبحت واقعا ملموسا تم تعزيزه مع الزمن ، مجلة الأمن والحياة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، العدد 333 ، السنة التاسعة والعشرون ، صفر 1431 هـ - فبراير 2010 م ، ص 53 .
- 23- عبد الوهاب عبد الرزاق التحافي ، حماية حقوق الملكية المعنوية ، مجلة الأمن والحياة ، العدد 220 ، السنة التاسعة عشرة ، رمضان 1421 هـ (نوفمبر/ ديسمبر 2000 م) ، ص 39 .
- 24- علي سيد قاسم ، كتابة العلامة التجارية باللغة العربية ، مجلة القانون والاقتصاد للبحوث القانونية والاقتصادية، كلية الحقوق بجامعة القاهرة ،العدد الثامن والستون ، 1998 ، ص 2 .
- 25- عوض محمد ، القصد الجنائي في تزوير المحررات، مجلة الحقوق ، كلية الحقوق ، جامعة الإسكندرية ، العدد الثاني ، 1970 ، ص 430 .
- 25- فتيحة محمد قوراري ، الحماية الجنائية للمستهلك من الإعلانات المضللة -دراسة في القانون الإماراتي والمقارن - ، مجلة الحقوق ، جامعة الكويت ، العدد 3 ، السنة 33 ، شوال 1430 هـ - سبتمبر 2009 م ، ص 290 .
- 26- فرحة زراوي ، علامات المصنع في التشريع الجزائري ، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية ، العدد 4 ، 1991 ، ص 952 .
- 27- كوثر مازوني ، الحماية القانونية للعلامة التجارية عبر الشبكة الرقمية ، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية ، كلية الحقوق ، جامعة الجزائر ، العدد 4 ، 2011 ، ص 301 .

- 28 - محمد السيد عرفة ، تقرير حول الندوة العلمية بعنوان : حقوق الملكية الفكرية التي نظمتها أكاديمية نايف العربية الأمنية بالتعاون مع اتحاد الجامعات العربية ، كلية الملك فهد ، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية ، العدد 24 ، 30 / 1424 هـ الموافق ل 31 / 03 / 2003 م ، ص 60 .
- 29- محمد حافظ الرهوان ، دور الشرطة في مواجهة التقليد والغش التجاري ، مجلة كلية الدراسات العليا متخصصة في علوم الشرطة ، كلية الدراسات العليا بأكاديمية مبارك للأمن ، القاهرة ، العدد الخامس عشر، يوليو 2006 م - جماد آخر 1427 هـ ، ص 160 .
- 30- محمد حسين إسماعيل، صعوبات تطبيق القانون النموذجي العربي بشأن العلامات التجارية ، مجلة الحقوق ، الكويت ، العدد الثالث ، السنة السادسة ، ذو القعدة 1402 هـ . سبتمبر 1982 م ، ص 238 .
- 31- محمد عبد الرحمان بوزير، المسؤولية الجنائية للأشخاص الاعتباريين عن جرائم غسل الأموال، دراسة تأصيلية مقارنة للقانون رقم 35 لسنة 2002 بشأن مكافحة عمليات غسل الأموال ، مجلة الحقوق، جامعة الكويت ، العدد 3 ، سبتمبر 2004 ، ص 29 .
- 32- محمد عبد القادر العبودي ، المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية في التشريع المصري ، " دراسة مقارنة"، مجلة كلية الدراسات العليا ، متخصصة في علوم الشرطة ، كلية الدراسات العليا بأكاديمية مبارك للأمن، القاهرة ، العدد الخامس عشر ، يوليو 2006 م- جماد آخر 1427 هـ ، ص 309 .
- 33- محمد فتاحي ، الحماية القانونية للعلامة التجارية والصناعية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية ، مجلة الحقيقة ، جامعة أدرار ، العدد 28 ، مارس 2014 ، ص 9 .
- 34- محمد محدة ، المسؤولية الجنائية للشخص المعنوي ، مجلة المفكر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة ، العدد الأول ، مارس 2006 ، ص 15 .
- 35- محمود كيلاني عبد الراضي ، المشكلات العملية الناتجة عن استعمال العلامات التجارية كأسماء للمواقع على الإنترنت ، مجلة الدراسات القانونية ، كلية الحقوق ، جامعة أسبوط ، العدد الثلاثون ، 2011 ، ص 503 .
- 36- محمود محمود مصطفى ، فكرة الفاعل والشريك في الجريمة ، المجلة الجنائية القومية ، القاهرة، العدد الأول، 1958 ، ص 17 .
- 37- منير زهران ، تسوية المنازعات المتعلقة بالملكية الفكرية ، المحاماة ، جمهورية مصر العربية، العدد الأول ، 2001 ، ص 571 .
- 38- ميلود سلامي ، العلامة التجارية المشهورة في القانون الجزائري ، دفاثر السياسة والقانون ، العدد ، جامعة باتنة ، جانفي 2011 ، ص 164 .
- 39- ناجية شيخ ، الإقرار بالمسؤولية الجزائية للشخص المعنوي في جرائم الصرف ، الأكاديمية للبحث القانوني ، جامعة عبد الرحمان ميرة ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، بجاية ، العدد 01 ، 2011 ، ص 28 .

- 40- نادية زاوني ، التنازع بين العلامة والعنوان الإلكتروني ، مجلة المعارف ، قسم العلوم القانونية ، جامعة أكلي محند أولحاج ، البويرة ، السنة التاسعة ، العدد 19 ، ديسمبر 2011 ، ص 9 .
- 41- وحي فاروق لقمان ، الحماية القانونية للعلامة التجارية المسجلة ، مجلة القانون والاقتصاد ، كلية الحقوق ، جامعة القاهرة ، العدد الثمانون ، 2008 ، ص 15 .
- 42- ولاء الدين محمد ، الحماية القانونية للعلامات التجارية في القانون الدولي الخاص ، المجلة الجنائية القومية ، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية ، القاهرة ، العدد الأول ، مارس 2007 ، المجلد الخمسون ، ص 141 .
- 43- ياسر أحمد كامل الصيرفي ، حماية المستهلك وضرورة الإعلام عن السلع والخدمات باللغة القومية ، مجلة القانون والاقتصاد للبحوث القانونية والاقتصادية ، كلية الحقوق ، جامعة القاهرة ، العدد الخامس والسبعون ، 2005 ، ص 29 .
- 44- ياسر محمد جاد الله ، الملكية الفكرية ، اقرأ سلسلة ثقافية شهرية ، القاهرة ، دار المعارف ، العدد 693 ، 2009 ، ص 29 .

رابعاً- المؤتمرات والندوات :

- 1- الجمعية المصرية للقانون الجنائي ، التقارير المقدمة من أعضاء الجمعية إلى المؤتمر الدولي الثالث عشر لقانون العقوبات (من 1-7 أكتوبر 1984) ، مطبعة جامعة القاهرة ، القاهرة ، 1984 ، ص 1 .
- 2- باسم أحمد عوض ، الملكية الفكرية والعصر الرقمي ، مكتبة الإسكندرية ، الإسكندرية ، الفترة من 7 إلى 8 سبتمبر 2006 ، ص 20 .
- 3- حسام الدين كامل الأهواني ، حماية حقوق الملكية الفكرية في مجال الإنترنت ورقة عمل ، مؤتمر الملكية الفكرية ، جامعة اليرموك ، الأردن ، 10 / 7 / 2000 ، ص 50 .
- 4- حسن أحمد عبيد ، المردود الاقتصادي للتجارة الإلكترونية ، مؤتمر المركز الدولي للتنمية حول التجارة الإلكترونية ، القاهرة ، يونيو 2000 ، ص 30 .
- 5- عبد العظيم مرسي وزير ، حماية المستهلك في ظل قانون العقوبات الاقتصادي في مصر ، تقرير مقدم إلى الحلقة التمهيدية للمؤتمر المنعقدة في مدينة فريبورج ، ألمانيا الاتحادية ، 20 - 23 سبتمبر 1982 ، ص 170 .

6- ماجد محمد قاروب ، تطور قوانين حماية الملكية في المملكة العربية السعودية، حقوق الملكية الفكرية من منظور النظام الاقتصادي الدولي الجديد، مركز القاهرة الدولي للمؤتمرات، الاستشاريون العرب للإدارة والمشروعات " أبروماك " ، القاهرة ، مؤتمر المنعقد في الفترة من 6- 8 مايو 1997 ، ص 100 .

7- مارتن ج .لوتز، الدور المستقبلي للاتحاد الدولي لحماية الملكية الصناعية ، ترجمة هشام مرزوق، تحديات حماية الملكية الفكرية من منظور عربي ودولي، أبحاث ندوة الجمعية الدولية لحماية الملكية الصناعية، الجمعية المصرية لحماية الملكية الصناعية والجمعية الدولية لحماية الملكية الصناعية ، القاهرة ، 21 -23 أكتوبر/ تشرين أول سنة 1997 م ، ص 20 .

خامسا- النصوص القانونية :

أ- الديساتير :

- قانون رقم 16-01 المؤرخ في 26 جمادى الأولى عام 1437 هـ الموافق ل6 مارس 2016 يتضمن التعديل الدستوري ، ج.ر، الصادرة في 27 جمادى الأولى 1437 هـ الموافق ل 7 مارس 2016 ، الجزائر، العدد 14 ، ص 3 .

ب- الاتفاقيات الدولية :

1- اتفاقية باريس المؤرخة في 20 مارس 1883 و المعدلة ببروكسل في 14 ديسمبر 1900 وواشنطن في 2 يونيو 1911 و لاهاي في 6 نوفمبر 1925 ولندن في 2 يونيو 1934 و لشبونة في 31 أكتوبر 1958 و استكهولم 14 يوليو 1967 و المنقحة في 2 أكتوبر 1979 .

2- اتفاقية تريس (Trips) Agreement on trade – related aspects of intellectual rights(property) اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية ، المعتمدة في 15 ابريل 1994 ، بدء النفاذ في 1 يناير 1995 .

ت- القوانين :

- 1- قانون رقم 88-14 المؤرخ في 16 رمضان عام 1408 الموافق ل 3 مايو سنة 1988 يعدل ويتمم الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق ل 26 سبتمبر سنة 1975، والمتضمن القانون المدني ، ج.ر، الجزائر، عدد 18 .
- 2- قانون رقم 04-02 مؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425 هـ الموافق ل 23 يونيو سنة 2004، ج.ر، الجزائر، العدد 41 ، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية .
- 3- قانون رقم 04-14 مؤرخ في 10 نوفمبر 2004 ، يعدل ويتمم الأمر رقم 66-155 المؤرخ في 8 جوان 1966 ، والمتضمن قانون الإجراءات الجزائية، المعدل والمتمم ، الجريدة الرسمية ، الجزائر ، عدد 71 ، صادر في 10 نوفمبر 2004 ،
- 4- قانون رقم 04-15 مؤرخ في 10 نوفمبر 2004 ، يعدل ويتمم الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 8 جوان 1966، والمتضمن قانون العقوبات، الجريدة الرسمية، الجزائر، عدد 71، صادر في 10 نوفمبر 2004 .
- 5- قانون رقم 05-04 المؤرخ في 27 ذي الحجة عام 1425 هـ الموافق ل 6 فبراير سنة 2005 ، المتضمن قانون تنظيم السجون و إعادة الإدماج الاجتماعي للمحبوسين .
- 6- القانون رقم 05-10 المؤرخ في 13 جمادى الأولى عام 1426 الموافق ل 20 يونيو سنة 2005 يعدل ويتمم الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق ل 26 سبتمبر سنة 1975 والمتضمن القانون المدني ، المعدل والمتمم .
- 7- قانون رقم 06-23 مؤرخ في 20 ديسمبر 2006 ، يعدل ويتمم الأمر رقم 66-156 ، المؤرخ في 8 جوان 1966 ، المتضمن قانون العقوبات .
- 8- قانون رقم 09-01 المؤرخ في 21 فيفري 2009 يعدل ويتمم الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 8 جوان 1966 ، المتضمن قانون العقوبات .
- 9- قانون رقم 09-03 المؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق ل 25 فيفري سنة 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية ، الجزائر ، عدد 15 ، صادر في 11 ربيع الأول عام 1430 الموافق ل 8 مارس 2009 .
- 10- القانون رقم 15-12 المؤرخ في 28 رمضان عام 1436 الموافق ل 15 يوليو سنة 2015 ، يتعلق بحماية الطفل .

11- القانون رقم 04-17 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1438 الموافق ل 16 فبراير سنة 2017، يعدل ويتم القانون رقم 07-79 المؤرخ في 26 شعبان عام 1399 الموافق ل في 21 يوليو 1979 والمتضمن قانون الجمارك .

ث- القرارات :

1- القرار المؤرخ في 4 جمادى الأولى عام 1423 الموافق ل 15 يوليو 2002 الذي يحدد كيفية تطبيق المادة 22 من قانون الجمارك الجزائري المتعلقة باستيراد السلع المزيفة ، ج.ر، 18 أوت 2002، عدد 56 .

2- قرار وزارة التجارة والصناعة رقم 886 لسنة 2006 بإصدار اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك المصري الصادر بالقانون رقم 67 لسنة 2006 .

ج- الأوامر والمراسيم :

1- الأمر رقم 57-66 المؤرخ في 19 مارس 1966، المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية ، ج . ر ، الجزائر، عدد 23 ، 22 مارس 1966 .

2- الأمر رقم 66-155 مؤرخ في 8 جوان 1966 ، يتضمن قانون الإجراءات الجزائية ، المعدل والمتمم ، الجريدة الرسمية ، عدد 48، صادر في 10 جوان 1966 .

3- الأمر رقم 66-156 مؤرخ في 18 صفر عام 1386 هـ الموافق 8 يونيو سنة 1966 ، يتضمن قانون العقوبات ، المعدل والمتمم، الجريدة الرسمية، عدد 49 ، صادر في 11 جوان 1966 .،

4- الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق ل 26 سبتمبر سنة 1975 ، والمتضمن القانون المدني ، المعدل والمتمم ، ج.ر، الجزائر، عدد 78 .

5- الأمر رقم 75-59 مؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق ل 26 سبتمبر 1975 ، يتضمن القانون التجاري المعدل والمتمم، الجريدة الرسمية ، عدد 101، صادر في 19 ديسمبر 1975 .

6- الأمر رقم 2003-18 المؤرخ في 4 نوفمبر 2003 و المتضمن الموافقة على الأمر رقم 2003-06 المؤرخ في 19 يوليو 2003 والمتعلق بالعلامات التجارية ، الجريدة الرسمية ، الجزائر، عدد 67، 5 نوفمبر 2003 .

7- مرسوم تنفيذي رقم 90-39 مؤرخ في 3 رجب عام 1410 الموافق 30 يناير سنة 1990 يتعلق برقابة الجودة و قمع الغش .

8- المرسوم التنفيذي رقم 2005-277 المؤرخ في 26 جمادى الثانية عام 1426 الموافق ل 2 أوت 2005 يحدد كيفية إيداع العلامات وتسجيلها ، ج . ر ، 7 أوت 2005 ، عدد 54 .

III - Les ouvrages :

A- Les livres :

a- En langue Française :

1 - Adrien Laborde , Traité Théorique et pratique des marques de fabrique et de commerce , Sirey, Paris, N°273, 1914 .

2 - Alain Beltran , Sophie Chauveau et Gabriel Galvez-Behar , Des brevet et des marques une histoire de la propriété industrielle , Fayard, Paris , 2001.

3 - Albert Chavanne , La contrefaçon de marque et le danger de confusion en droit français , mélange R. Roblot, L.G.D.J, 1984 .

4- Albert Chavanne , Le délit d ' usage de marque et son évolution , mélanges P. Mathly , Litec , 1990 .

5- Albert Chavanne , Modèles et marques de fabrique , mélanges H . Desbois , Dalloz , 1974.

6- Albert Chavanne, et Jean-Jacques Burst ,Droit de la propriété industrielle , 5^e éd , Dalloz Delta, paris, 1998 .

7- Andrea Semprini , La marque , une puissance fragile , Vuibert, Paris , 2005.

8- André - R Bertrand , Droit des marques , signes distinctifs – Noms de domaine , 2^{ème} éd , Dalloz action , N °1.213, 2005/2006.

9- Antoine Braun & Emmanuel Cornu, Précis des marques , 4 édition , Larcier , 2004 .

10- Antoine Colens , Les sociétés de personnes à responsabilité limitée , F.Larcier , 1960 .

11- Ainsique Harald Renout , Droit pénal général , éditions Paradigme , Orléans , Juillet 2006 .

- 12- **Bernard Bouloc , Hartini Matsopoulou** , Droit pénal général et procédure pénale , 17 édition , édition Sirey , Paris , 2009 .
- 13- **Brigitte Hess-Fallon Anne –Marie Simon** , Droit des affaires, 14 éme édition , édition Dalloz , 2001.
- 14- **Claude Ducouloux-Favard , Claude Garcin** , La responsabilité pénale des personnes morales , Lamy droit des affaires , édition Lamy , Paris , 2012.
- 15-**Delphine Brach-Thiel et Ann Jacobs** , La responsabilité pénale de la personne morale , L'harmattan, Paris,2015.
- 16- **Emilie Bouchet-Le mappian** , Propriété intellectuelle et droit de propriété , Droit comparé , Presses Universitaires de Rennes , Leroy , 2013.
- 17- **Eugène Pouillet** , Traité des marques de fabrique et de la concurrence déloyale en tous genres, 6^{ème} éd , LGDJ , Paris , N °1 , 1912 .
- 18- **Faliene Daizé** , Marques et usurpation de signes de la personnalité , Litec, Paris , 2006 .
- 19- **Frédric Debove, Rudolph Hidalgo** , Droit pénal et procédure pénale , 2^{ème} édition , édition L.G.D.J , 2005 .
- 20- **Frédéric Desportes et Francis Le Gunehec** , Responsabilité pénale des personnes morales , édition techniques juris-classeur , Paris , 1994 .
- 21- **Frédéric Pollaud-Dulian** , Droit de la propriété industrielle , 2^{ème} éd, Economica , Corpus droit privé , Paris , N° 71 , 2011 .
- 22- **Gabreil Baranger** , La société civile , édition Glnjoly , Paris , 1995 .
- 23- **Georges Decocq** , Droit commercial , 3 édition , imprimé en France par I . M . E , Dalloz , Paris , 2007 .
- 24- **G. Stefani , G .Levasseur et B . Bouloc** , Droit pénal général , Dalloz , Paris , 1980 .
- 25- **Harald Renout** , Droit pénal général , édition Paradigme Orléans , 2011-2012 .

- 26- Jacques Azéma et Jean-Christophe Galloux** , Droit de la propriété industrielle, 6^e éd , Dalloz , n° 1365, 2006 .
- 27- Jacques Borricand –Anne Marie Simon** , Droit pénal- procédure pénale , 2^{ème} édition, éditions Dalloz , 2000 .
- 28-Jean-Paul Antona , Philippe Colin , François Lenghart** , La responsabilité pénale des cadres et des dirigeants dans le monde des affaires , édition Dalloz , Paris , 1996 .
- 29- Jean Pradel** , Droit pénal ,T.1,Introduction générale , Droit pénal général , 6^{ème} édition , Cujas , Paris , N°370, 1988 .
- 30- Jérôme Passa** ,Traité de droit de la propriété industrielle , Marques et autres signes distinctifs , Dessins et modèles , 2^{ème} éd , LGDJ , Paris, N°4 , 2009.
- 31- Jérôme Passa** , Droit de la propriété industrielle , T.1, LGDJ, 2006 .
- 32- Joanna Schmidt – Szalewski , et Jean – Luc pierre** , Droit de la propriété industrielle , 4 édition , Litec , Paris , 2007.
- 33- Julien Canlorbe** , L’usage de la marque d’autrui , Litec , Paris , 2007.
- 34- Laure Marino** , Droit de la propriété industrielle , 8^{ème} éd , Dalloz , Paris , 2013.
- 35- Laure Marino** , Droit de la propriété intellectuelle , Thémis droit , 1^{er} éd , 2013 .
- 36- Mabrouk Hocine** , Code de la propriété intellectuelle , édition Homma , Alger , 2007.
- 37-Macel Brisse et Jacques Richard** ,Société à responsabilité limitée , Libraires techniques , Paris ,1980 .
- 38- Marie –Christine Sordino** , Droit pénal général , Ellipses , Paris , 2002 .
- 39-Martine Herzog-evans ,Gildas Roussel** , Droit pénal général , 3^{ème} édition , Vuibert, Paris , Juin 2011 .

- 40- **Merle Roger Vitu André** , Traité de droit criminel , 7^{ème} édition, Tome I , Cujas, Paris , 1997 .
- 41- **Mireille Buydens et Séverine Dusollier(eds)** , L' intérêt général et l'accès à l'information en propriété intellectuelle , Bruylant Bruxelles , 2008 .
- 42-**Nathlie Dreyfus, Béatrice Thomas** , Marques, Dessins et modèles , Protection défense , valorisation , 2 ème éd , Delmas , 2006 .
- 43-**Patrick Durand et Jacques Latscha**, Le groupement d'intérêt économique, Libraires techniques , Paris , 1968 .
- 44-**Patrik Kolb , Laurence Leturmy** , Droit pénal général , Les grands principes L'infraction – L'auteur – Les peines, 6^{ème} edition , Gualino , Lextenso , Paris , 2011-2012 .
- 45- **Paul Mathély** , Le nouveau droit Français des marques , éditions J. N . A , Maisonneuve , 1994.
- 46- **Paul Roubier** ,Le droit de la propriété industrielle , T.1 ,Sirey , Paris ,N°92 , 1952 .
- 47-**Pellissier Gilles** , Le principe d'égalité en droit public , LGDJ , Paris , 1996.
- 48-**Philippe Dunant** , Traité des marques de fabrique et de commerce des indications de provenance et des récompenses industrielle en Suisse , Egg iman, Genève , N°1, 1898.
- 48-**Philippe Merle** ,Droit commercial Sociétés commerciales , 5 édition , Dalloz , Paris, 1996.
- 49-**Thierry Delmaso** , Responsabilité pénale des personnes morales , Evaluation des risques et stratégie de défense , édition EFE , Paris , 1996 .
- 50-**Thierry Garé ,Catherine Ginestel** ,Droit pénal procédure pénale , édition Dalloz , 2008 .

51-Yves Saint – Gal, Protection et défense des marques de fabrique et concurrence déloyale (droit français et droit étranger) ,J . Delmas , 5ème , Paris , 1982 .

b- En langue Anglaise :

1- A. Subramanian , Trips and the paradigm of the GATT : A Tropical , temperate view , The world economy, vol.13, No .4 , 1990 .

2- Doris Estelle Long and Anthony D’Amato ,International Intellectual property, St.Paul , Minn , 2000.

3- Ginsburg and Others ,Trademark and Unfair Competition Law Cases and Materials, Second Edition, Michie Law publishers,2000.

4- Gordon V. Smith , Russell L.Parr , Intellectual Property : Licensing and joint venture profit strategies ,second edition , John Wiley and Sons , Inc , United States of America , 1998 .

5- Gordon V. Smith , Russell L.Parr , Intellectual Property : Valution , Exploitation, and Infringement damages , John Wiley and Sons , Inc , United States of America , 2005.

6-G. H. C. Bodenhasen ,Guide to the application of the Paris convention for the protection of industrial property as revised at Stockholm in 1967, WIPO , Geneva , 1968 .

7- Jan Rosèn , Intellectual property at the crossroads of Trade , Edword Elgar Cheltenham UK , Northampton ,MA,USA , 2012 .

8-Jerome Gilson ,Trademark trial and appeal board manual of procedure (TBMP) , 1995.

- 9-M.Ferrantino** ,The effect of intellectual property rights on international trade and investment , Weltwirtschaftliches Archiv, No.129, 1993.
- 10-P. Lads Stephan**, Patents , Trade marks and related rights national and international protection , vol 1, Harvad University Press Cambridge, 1975.
- 11- Satyawrat Pongshe** ,The management of intellectual property , Abhate and Pongshe publication , New Delhi , 1991.
- 12 - W. R. Gornish** , Intellectual property , second Indian edition , Universal books Traders , New Delhi , 1993.
- 13 - W. R. Gornish**, Intellectual property , patents, copyright, trade marks and allied rights , London , 1999 .

B- Les articles :

a- En langue Française :

- 1- Bernard Ferrier** , Une grave lacune de notre démocratie: L'irresponsabilité pénale des personnes administrative, Revue de science criminelle , 1983, p.395.
- 2- Catherine Vernert** , Evolution jurisprudentielle en matière d'appréciation de la contrefaçon de marque , JCP- la semaine juridique entreprise et affaires, n° 12, 22 mars 2001,p. 485 .
- 3- Christophe Caron** , Marques , conditions strictes de protection du titulaire d' une marque notoire , JCP – la semaine juridique entreprise et affaires , n°5, 1Février 2001, p.227 .
- 4- Claud Rodhain** , Nouvelle loi sur les marques de fabrique , de commerce ou de service , Doctrine , Gazette du palais (2 sen), 1991 , p.105 .

- 5- Cour de Cassation , Commercial** , 8 Avril 2008 , Recueil Dalloz , n° 19 , 8 Mai 2008, p . 100 .
- 6 - Dominique Vich-Y-Liado** , Responsabilité pénale des personnes morales, la responsabilité pénale des personnes morales en cas de fusion , La semaine juridique, entreprise et affaires , Juris-classeur périodique , Paris , N ° 20-21, 17-24 Mai 2001, p.840.
- 8- Etienne Picard** , Les personnes morales de droit public la responsabilité pénale des personnes morales de droit public : Fondements et champ d'application , Revue des sociétés , édition Dalloz , Paris , Janvier – Mars 1993, p. 276 .
- 9- H. Donnedieu de Vabres** , Les limites de la responsabilité pénale des personnes morales , Revue internationale de droit pénal , 1950 , p.339 .
- 10- Isabelle Urbain-Parléani** , Les limites chronologiques a la mise en jeu de la responsabilité pénale des personnes morales, Revue des sociétés , édition Dalloz , Paris , Janvier- Mars 1993, p.241 .
- 11- Jacques Azéma , Jean-Christophe Galloux** , Propriété industrielle , droit sur les signes distinctifs , Revue trimestrielle de droit économique (RTD com) , Dalloz , n° 1 , Janvier / mars 2004, p.91 .
- 12- Jean-Christophe Galloux** , A propos de l'application dans le temps de la loi de lutte contre la contrefaçon , Recueil Dalloz, n° 5, 31 janvier 2008 ,p.303.
- 13- J.A.Roux** , La responsabilité pénale des personnes morales , revue internationale de droit pénal , 1929, p.239 .
- 14- J. Daleau** , Propriété intellectuelle , Recueil Dalloz , n° 19 , 2008, p.1274.
- 15- Laurent Neyret**, La responsabilité civile arbitre du conflit entre droit des marques et liberté d' expression, Recueil Dalloz, n° 34, 2 octobre 2008, p.2402.

- 16- Marie – Eugénie laporte – legeais** , Marques , clair – obscur sur la marque renommée : Dix ans d ' application de la loi du 4 Janvier 1991 , JCP – la semaine juridique entreprise et affaires , n° 39 , 27 septembre 2001 , p.1514 .
- 17- Maxime Vignaud** , La rançon du succès ou la surprenante dégénérescence de la marque Fooding , Recueil Dalloz , n° 13 , 27 Mars 2008 ,p .899.
- 18- Mirielle Delmas- Marty** ,Les conditions de fond de mise en jeu de la responsabilité pénale, Revue des sociétés , Paris , 1993 , p.1020 .
- 19- Propriété intellectuelle**, Législation , la semaine juridique entreprise et affaires , JCP, n° 36 – 6 septembre 2001,p.1353 .
- 20- Sabine Lipovetsky** , Une marque communautaire 3 D à deux vitesses : L ' esthétique au service de la marque de lux ? , Recueil Dalloz , n° 20 , 22 mai 2008 , p.1367 .
- 21- Tristan Azzi** , La lutte contre la contrefaçon , Recueil Dalloz , n° 11-13 mars 2008 , p.700.
- 22- Yves Guyon** , Les personnes morales de droit privé , quelles sont les personnes morales de droit privé susceptible d'encourir une responsabilité pénale , Revue des societies , édition Dalloz , Paris , Janvier /Mars 1993, p.235.
- 23 Yves Reboul** , propriété industrielle , le droit de marque à l ' aube du 3 millénaire , La semaine juridique entreprise et affaires (JCP) , n° 4 , 27 Janvier 2000, p.123.

b- En Lange Anglaise :

1- **J. H. Merchant** , Trade Marks past and present , Journal of the patent office society vol . 36 . 1954 ,p.20.

2- **Magdalena Catargiu** , The Origins of Criminal Liability of Legal Persons – a Comparative Perspective - ,AGORA International Journal of Juridical Sciences ,No.3 (2013) ,p.11.

3- **Mohammed El Said** , " The Road from TRIPS-Minus to TRIPS to TRIPS-Plus : Implications of IPRS for the Arab world " , Journal of world intellectual property 8, No.1 (2005) ,p.66.

4- **Mohamed Salem Abou El Farag** , Trade Marks Protection in Qatar : A Study of the basic concepts in the Law No.9 of 2002 , Legal and Judicial Review , No 2, 2010 ,p.100.

5- **Peter Drahos**, " Developing countries and international intellectual property standard-setting " , Journal of world intellectual property , No.5 (2002),p.33.

C - Les Thésés :

1- **C. Vigier** , Le dépôt et l'enregistrement des marques de fabrique , de commerce et de service, selon la loi du 31 Décembre 1964, thèse de Doctorat, Paris, 1977.

2-**Jean-Claude Plaque** , La détermination de la personne morale pénalement responsable , Thèse de Doctorat en droit , Faculté des sciences juridiques , politiques et sociales , Ecole doctorale des sciences juridiques , politiques économiques et de gestions , Paris , 2000 .

3- Ibrahima Naiss Dia, Réflexions sur l'applicabilité aux personnes morales, des causes d'exonération de responsabilité pénale, Thèse de Doctorat en droit, Faculté de droit et des sciences sociales, Ecole doctorale , sciences juridiques , Université de Poitiers , France , 10 juin 2006 .

4- Youssef Al refaai, La responsabilité pénale des personnes morales , etude comparée en droit arabe et français ,Tome 1, Thèse de Doctorat en droit, Faculté de droit et des sciences politiques , Université Paul Cezanne Aix-Marseille, III, France , 21 janvier ,2010 .

D- Les Mémoires :

1- Amara Saoud , La responsabilité pénale de la personne morale, Mémoire de mastère en droit social , Faculté de Droit , Université de Sfax, Tunisie , 2008-2009.

2- Maeliss Vincent , La protection de secret en propriété industrielle , Mémoire en DEA , Faculté des sciences juridiques , politiques et sociales , Université de Lille II – Droit et Santé , 2000-2001 .

3- Salma Gaddour, Sociétés et personnalité morale, Mémoire d'études approfondies en droit des affaires, Faculté de droit , Université de Sfax, Tunisie , 1999 -2000 .

الفهرس

01مقدمة
10الباب الأول : نطاق المسؤولية الجزائية في جرائم التعدي على العلامات التجارية
11الفصل الأول : موضع العلامات التجارية من المسؤولية الجزائية
12المبحث الأول :الأحكام الخاصة بالعلامات التجارية محل قيام المسؤولية الجزائية
13المطلب الأول : المفاهيم الأولية المرتبطة بالعلامات التجارية
14الفرع الأول : تعريف العلامة التجارية وفقا لاتفاقية ترس
18الفرع الثاني : تعريف التشريع والفقہ للعلامات التجارية
26المطلب الثاني : تحديد العلامات التجارية محل قيام المسؤولية الجزائية
27الفرع الأول : وظائف العلامات التجارية
30الفرع الثاني : صور العلامات
41المبحث الثاني: النظام القانوني المطبق على العلامات التجارية لقيام المسؤولية الجزائية
42المطلب الأول : الشروط الموضوعية للعلامات التجارية
43الفرع الأول : الطابع المميز للعلامات التجارية
46الفرع الثاني : جدة العلامات التجارية
46الفرع الثالث : مشروعية العلامات التجارية
49الفرع الرابع : شرط قابلية العلامات للإدراك بالبصر
50الفرع الخامس : عدم اشتراط كتابة العلامات التجارية باللغة العربية
53المطلب الثاني : الشروط الشكلية للعلامات التجارية
54الفرع الأول : الأشخاص الذين يحق لهم قانونا طلب تسجيل علامة تجارية
57الفرع الثاني : إجراءات تسجيل العلامات التجارية
61الفصل الثاني: الجرائم الواقعة على العلامات التجارية
63المبحث الأول : صور جرائم الاعتداء على العلامة التجارية
65المطلب الأول : جرائم الاعتداء على ذاتية العلامة التجارية
66الفرع الأول : جرائم الاعتداء المباشر على ذاتية العلامة التجارية
85الفرع الثاني : جرائم الاعتداء غير المباشر على ذاتية العلامة التجارية
97المطلب الثاني : جرائم الاعتداء على ملكية العلامة التجارية

- 98 الفرع الأول : جريمة وضع بسوء القصد على منتجاته علامة تجارية مملوكة لغيره.....
- 101 الفرع الثاني: جريمة بيع منتجات تحمل علامة موضوعة بغير حق أو عرضها للبيع أوحيازتها بقصد البيع مع علمه بذلك.....
- 105 المبحث الثاني: جرائم الغش والخداع في العلامات التجارية
- 106 المطلب الأول: جرائم العلامات التجارية المرتكبة بطرق احتيالية.....
- 107 الفرع الأول : جريمة استعمال بيان تجاري مخالف للحقيقة.....
- 108 أولا : جريمة البيان التجاري غير المطابق للحقيقة.....
- 110 ثانيا : أركان جريمة البيان التجاري غير مطابق للحقيقة
- 111 الفرع الثاني : جريمة الخداع في العلامة التجارية والشروع فيها.....
- 114 أولا : جريمة الخداع في العلامة التجارية (الجريمة التامة).....
- 116 ثانيا : الشروع في الخداع في العلامة التجارية.....
- 118 المطلب الثاني: جرائم العلامات التجارية المخالفة للنظام العام والبيانات الأساسية.....
- 119 الفرع الأول: جريمة العلامة التجارية المخالفة للنظام العام أو الآداب العامة.....
- 119 أولا- الركن الأول : الركن المادي
- 121 ثانيا - الركن الثاني : القصد الجنائي.....
- 123 الفرع الثاني: جريمة الإدعاء بتسجيل علامة تجارية.....
- 123 أولا : تعريف جريمة الإدعاء بتسجيل علامة تجارية
- 124 ثانيا : أركان جريمة الإدعاء بتسجيل علامة تجارية
- 125 الباب الثاني : أحكام المسؤولية الجزائية في جرائم التعدي على العلامات التجارية
- 126 الفصل الأول : قيام المسؤولية الجزائية في جرائم التعدي على العلامات التجارية.....
- 127 المبحث الأول : الأصل المسؤولية الجزائية للشخص الطبيعي في جرائم العلامات التجارية.....
- 128 المطلب الأول : أساس المسؤولية الجزائية في جرائم العلامات التجارية.....
- 131 الفرع الأول : موقف التشريع من أساس المسؤولية الجزائية في جرائم العلامات التجارية.....
- 133 الفرع الثاني : مناط المسؤولية الجنائية في جرائم العلامات التجارية.....
- 143 المطلب الثاني : خصوصية أحكام المسؤولية الجزائية للمساهم في جرائم العلامات التجارية
- 144 الفرع الأول : المساهمة الجزائية في جرائم العلامات التجارية.....

144 الفرع الثاني : صور المساهمة في جرائم العلامات التجارية.
152 المبحث الثاني : مدى تحقق مسؤولية الشخص المعنوي في جرائم العلامات التجارية.
153 المطلب الأول : موقف الفقه و التشريع من مسؤولية الشخص المعنوي
154 الفرع الأول : الخلاف الفقهي حول المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية.
164 الفرع الثاني : موقف التشريعات من المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي.
183 المطلب الثاني: إسناد المسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية الخاصة في جرائم العلامات التجارية..
186 الفرع الأول : شروط قيام المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي في جرائم العلامات التجارية ..
196 الفرع الثاني : المسؤولية الجزائية للشركات في جرائم العلامات التجارية ..
215 الفرع الثالث : المسؤولية الجزائية عبر مراحل الشخص المعنوي الخاص في جرائم العلامات التجارية..
225 الفصل الثاني : الجزاءات الجنائية المقررة لجرائم العلامات التجارية.
226 المبحث الأول : العقوبات الأصلية المقررة لجرائم العلامات التجارية.
227 المطلب الأول: عقوبة الحبس.....
228 الفرع الأول: عقوبة الحبس في جرائم التعدي على العلامات التجارية.....
232 الفرع الثاني: عقوبة الحبس في جرائم الغش والخداع في العلامات التجارية.....
236 المطلب الثاني : عقوبة الغرامة.....
237 الفرع الأول: عقوبة الغرامة في جرائم التعدي على العلامات التجارية.....
238 الفرع الثاني: عقوبة الغرامة في جرائم الغش والخداع في العلامات التجارية.....
241 المبحث الثاني : العقوبات التكميلية المقررة لجرائم العلامات التجارية ..
242 المطلب الأول : تطبيق عقوبتي المصادرة والإتلاف في جرائم العلامات التجارية.....
243 الفرع الأول : المصادرة (La confiscation)
245 الفرع الثاني : الإتلاف (La destruction).....
247 المطلب الثاني : تطبيق عقوبتي الإغلاق و نشر الحكم في جرائم العلامات التجارية.....
248 الفرع الأول : الإغلاق.....
250 الفرع الثاني : نشر الحكم
253 خاتمة.....
259 قائمة المراجع.....

ملخص :

ازدادت في السنوات الأخيرة حالات التقليد والغش التجاري، وذلك بسبب فتح الأسواق وانتهاج سياسة اقتصاد السوق الحر واشتعال المنافسة بين المنتجين والتجار، وزيادة معدلات البطالة وانخفاض مستوى الدخل الفردي لدى غالبية الأسر في المجتمع . كل هذه الأمور دفعت عديمي الضمير إلى التقليد والغش التجاري في السلع والعلامات التجارية، وعرضها في الأسواق بأسعار زهيدة تتناسب مع الدخل الضعيفة للأفراد. وهذا التقليد يهدد المنتجين والتجار الملتزمين، وأصحاب الوكالات التجارية العالمية والمستثمرين في المشروعات الصناعية ، حيث تتسبب تلك العلامات المقلدة في إجبار عدد من التجار والصناع على الخروج من الأسواق وتصفية أنشطتهم التجارية والصناعية ، وتسريح العاملين وزيادة مشكلة البطالة والفقر ونقص الدخل ، وإجبار المستهلكين على شراء السلع الحاملة للعلامات المقلدة ذات الأسعار المنخفضة .

الكلمات المفتاحية : علامة تجارية ، غش تجاري ، تقليد ، مسؤولية جزائية ، حماية جزائية .

Résumé :

Ces dernières années la contrefaçon et la fraude commerciale ont connus une activité accrue resultant de l'ouverture du marché parallèle et l'adoption du marché libre .

Ajoutez à cela , la hausse du taux de chômage et la deterioration du niveau de vie . Tous Ces facteurs réunis ont poussé les sans- scrupules à recourir a la fraude et la tricherie commerciale envers le consommateur à travers la vente de produits de contrefaçon cédés à des prix dérisoires attirant ainsi beaucoup de clientèle .

Ce commerce de contrefaçon s'est révélé une menace sérieuse à l'encontre des commerçants et des producteurs honnêtes , générant par voie de conséquence , un impact négatif sur le développement et la promotion de l'investissement tous secteurs confondus. Les méventes découlant d'une telle situation avait entraîné de fait la dégradation socio-économique de ces commerçants les contraignant à cesser pour la plupart d'entre-eux , leurs activités commerciales et poussant bon nombre d'investisseurs à abandonner leurs projets ou à les léguer aux oubliettes . Le ralentissement économique généré par telles contraintes avait pour conséquence d'aggraver indéniablement la situation sociale à travers les licenciements en masse des travailleurs, concourant ainsi au rehaussement du niveau de chômage professionnel .

Mots clés : Marque de commerce , fraude commerciale , contrefaçon , responsabilité pénale , protection pénale .

Abstract :

Lately, trade deception has increased due to market opening, following free market economy policy, competence between producers and dealers, high percentage of unemployment and low individual income in most families. All these circumstances encouraged opportunists on trade deception and quoting trade marks and offering goods in markets at low prices suiting low incomes . This quoting affects honest producers and dealers, owners of international agencies, and industrial projects investors; where these quoted marks may make dealers and producers leave markets and liquidate their trade and industrial activities, dismissing employees, aggravating an employment and poverty, income reduction and forcing consumers to purchase goods carrying quoted trade marks at low prices .

Keywords : Brand , commercial fraud , imitation , penal liability , penal protection .